RAPPORT D'ACTIVITÉ 2012

INSTITUT NATIONAL DE LA CONSOMMATION

ÉDITO

L'année 2012 a été marquée du sceau du renouvellement. Arrivée à la direction générale de l'INC après une vacance de cette fonction de plus de quatre mois, durant lesquels l'établissement a dû trouver en lui-même, avec le soutien du président du conseil d'administration, les ressorts nécessaires à son fonctionnement, j'ai trouvé un établissement qui, malgré des atouts jamais démentis, souffrait d'une inquiétude palpable quant à son avenir. Or, dans un contexte budgétaire difficile, l'INC est parvenu non seulement à assurer l'ensemble de ses missions, à maintenir la qualité de ses expertises et du soutien technique qu'il apporte aux associations de consommateurs, mais également à développer ses activités.

Les résultats sont à la mesure des compétences et des forces du personnel. La réalisation de nombreux partenariats sur des sujets aussi divers que les soldes, le rachat d'or ou le marché de l'énergie a contribué à renforcer la mission d'information des consommateurs de l'Institut.
L'INC a lancé en décembre une nouvelle formule du mensuel *60 Millions de consommateurs*, désormais plus proche des préoccupations actuelles des consommateurs, plus vivant et encore plus riche. L'appel d'offres pour la production des émissions « Consomag » a permis à l'INC de présenter aux téléspectateurs une émission rajeunie, plus attractive et plus valorisante pour les associations de consommateurs.

L'INC a également réussi le tour de force de son déménagement, grâce à la mobilisation de toutes les équipes et de leurs instances de représentation. L'INC a emménagé en février 2013, dans le XV^{e} arrondissement, dans des locaux à la fois plus modernes et plus performants en termes énergétiques. Ce nouveau bâtiment permet en outre d'accueillir dans des conditions optimales les commissions rattachées à l'Institut, mais est aussi ouvert aux personnels associatifs de passage, universitaires, étudiants, etc.

L'ouverture, c'est bien ce qui caractérise les nouvelles ambitions de l'INC : ouverture des services ; ouverture vers les nouveaux comportements des consommateurs ; ouverture accrue vers le monde universitaire ; ouverture vers l'Europe enfin, en favorisant les échanges avec les différents acteurs et directions de la Commission européenne.

2012 a donc été pour l'INC l'année des changements, pour préparer un nouvel essor en 2013.

Fabienne Chol
Directrice générale

SOMMAIRE

1. Fournir un appui technique aux organisations de consommateurs 4

■ 1.1. Associations de consommateurs 5

▪ 1.1.1. Centre de documentation 5

▪ 1.1.2. Soutien technique 6

▪ 1.1.3. Formation 6

▪ 1.1.4. Émissions télévisées 7

▪ 1.1.5. Amélioration de la qualité des produits et des services 11

▪ 1.1.6. Éducation à la consommation 11

■ 1.2. Centres techniques régionaux de la consommation et structures assimilées 12

2. Réaliser des études et des essais comparatifs, les diffuser 13

■ 2.1. Ressources et expertises 14

▪ 2.1.1. Essais comparatifs et études techniques de produits et de services 14

▪ 2.1.2. Études juridiques, économiques et sociologiques 20

▪ 2.1.3. Fonds documentaire 23

▪ 2.1.4. Formation 23

▪ 2.1.5. Participations extérieures 23

■ 2.2. Diffusion des informations 27

▪ 2.2.1. *60 Millions de consommateurs* 27

▪ 2.2.2. « Consomag » 29

▪ 2.2.3. Conso.net 29

▪ 2.2.4. Sites spécialisés 30

▪ 2.2.5. Présence dans les médias 32

3. Mener des campagnes d'information et des actions éducatives 33

■ 3.1. Campagnes d'information et de prévention 34

■ 3.2. Actions éducatives 36

4. Apporter un appui technique à la Commission de la sécurité des consommateurs, à la Commission des clauses abusives et à la Commission de la médiation de la consommation 40

▪ Commission de la sécurité des consommateurs 41

▪ Commission des clauses abusives 41

▪ Commission de la médiation de la consommation 41

5. Fonctionnement interne 42

6. Annexes 45

▪ **Annexe 1** : Liste des partenariats réalisés en 2012 46

▪ **Annexe 2** : Liste du personnel au 31 décembre 2012 47

▪ **Annexe 3** : Conseil d'administration 2012 48

▪ **Annexe 4** : Rapport d'activité 2012 de la Commission de la sécurité des consommateurs 49

▪ **Annexe 5** : Rapport d'activité 2012 de la Commission des clauses abusives 50

▪ **Annexe 6** : Rapport d'activité 2012 de la Commission de la médiation de la consommation 51

FOURNIR UN APPUI TECHNIQUE

AUX ORGANISATIONS DE CONSOMMATEURS

1.1 ASSOCIATIONS DE CONSOMMATEURS

La commission du cahier des charges des prestations assurées aux organisations de consommateurs s'est réunie le 15 juin 2012. Elle a permis de dresser un bilan des actions menées lors du premier semestre 2012 et de définir des perspectives pour la seconde partie de l'année.
L'INC a convié les représentants des associations de consommateurs nationales et des centres techniques régionaux de la consommation (CTRC) et des structures assimilées à une journée d'information et d'échange, qui s'est tenue le 18 octobre 2012. Cette réunion avait pour but de concrétiser la mise en place d'une mutualisation des ressources de chaque structure. Dans ce cadre, il a été décidé de développer une plateforme collaborative sur Internet qui rassemble des outils pratiques et des documents de travail utiles à tous. Son lancement a été réalisé au premier trimestre 2013.

1.1.1 Centre de documentation

Le service de documentation regroupe, produit, analyse et diffuse des informations à destination des organisations de consommateurs et des CTRC. Il réalise différents produits de veille ou d'analyse.

Panorama de presse quotidien

Réalisé en version électronique, le panorama de presse a été publié sur 46 semaines en 2012, avec une trentaine d'articles sélectionnés par jour dans la presse quotidienne nationale. Il est diffusé par courrier électronique auprès du mouvement consommateur et des collaborateurs de l'INC.

Alimentation de différentes rubriques du site Conso.net

Le service de documentation fournit plusieurs prestations sur le site Conso.net : > www.conso.net

- deux bases de données : « Articles et ouvrages », et « Sites Web » ;
- un bulletin signalétique électronique mensuel « Presse et documents spécialisés : dernières sélections » ;
- une rubrique « À lire » (rapports et études) ;
- un agenda de la consommation (qui annonce des événements du secteur de la consommation) ;
- un bulletin électronique hebdomadaire « Veille législative et réglementaire », qu'il est possible de recevoir sous forme de mail ;
- des dossiers documentaires. Ces dossiers-repères, qui proposent des références essentielles, des textes fondateurs, des bibliographies… sont notamment destinés à alimenter la réflexion de groupes de travail.

La partie du site www.conso.net consacrée aux bases documentaires, accessible via l'« accès abonnés », permet à l'utilisateur de constituer son propre système de veille en fonction de ses centres d'intérêt et d'être ainsi alerté régulièrement des nouveautés. L'utilisateur bénéficie d'un espace personnel lui permettant de conserver ses historiques de recherche. Il a également la possibilité de demander en ligne la copie des articles de périodiques.
6 082 visiteurs ont consulté la base documentaire au cours de l'année 2012, soit 507 visiteurs par mois.

Alimentation des bases de données

L'opération de « désherbage » de la bibliothèque initiée en mars 2011 s'est poursuivie en 2012. Le fonds de la bibliothèque de l'INC répond au besoin de la mission d'expertise juridique, technique et économique puis aux enquêtes de la rédaction de *60 Millions de consommateurs*. Il a également pour but de valoriser la mémoire du mouvement consommateur et du droit de la consommation. La bibliothèque est ouverte au public externe sur rendez-vous.

LES BASES DE DONNÉES DOCUMENTAIRES

		Données intégrées en 2012		Répartition des données au 31/12/2012	
Articles et ouvrages	*60 Millions de consommateurs*	747	32,2 %	15 612	18,5 %
	INC Document	64	2,8 %	913	1,1 %
	Presse spécialisée et grand public	1 271	54,7 %	39 271	46,4 %
	Ouvrages	38	1,6 %	4 687	5,5 %
	Presse consumériste	203	8,7 %	24 007	28,3 %
	Adresses et sites utiles	-	-	194	0,2 %
Sites Web	Total	2 323		84 68	

Fourniture de documents primaires

365 documents ont été fournis en 2012.

Ce service est exclusivement réservé au mouvement consommateur. C'est à la lecture du bulletin signalétique, en ligne sur Conso.net, ou à la suite d'une recherche dans les bases documentaires que les associations et CTRC repèrent les nouveaux articles intégrés dans la base documentaire et demandent une copie du texte intégral des articles qui les intéressent.

Recherches documentaires à la demande

246 recherches documentaires (questions-réponses, bibliographies, dossiers documentaires, interrogations de banques de données...) sur le fonds documentaire ou sur des ressources extérieures ont été effectuées par les documentalistes, notamment pour les associations de consommateurs, les CTRC et les collaborateurs INC.

THÈMES DES RECHERCHES EFFECTUÉES

Alimentation-agriculture	30
Assurance	12
Automobile-transport	18
Banque-argent	27
Commerce	21
Consumérisme	25
Cosmétique-hygiène	12
Droit-justice	15
Économie	10
Éducation-société	6
Environnement	6
Équipement domestique	13
Internet-image-son	10
Logement	13
Loisir-tourisme	12
Santé-sécurité	16
Total 246	

1 ■ 1 ■ 2 Soutien technique

- Fiches pratiques, études et jurisprudences.
- Appui technique aux associations membres du Conseil national de la consommation sur les sujets suivants :

- énergie ;
- communications électroniques ;
- actions de groupe ;
- groupe ad hoc droit commun européen de la vente.

- Service téléphonique SVP.

Les juristes et les économistes de l'INC ont consacré plus de 186 heures sur l'année à répondre aux questions des associations nationales de consommateurs.

1 ■ 1 ■ 3 Formation

La formation annuelle sur l'évolution du droit de la consommation s'est tenue du 30 mai au 1er juin. Ce stage, « Zoom sur l'actualité du droit de la consommation, la banque-finances, la médiation », destiné aux assistants techniques des CTRC et aux juristes des organisations nationales de consommateurs, a regroupé 21 stagiaires dont 12 issus de ces organisations (ALLDC, Afoc, CSF, CNAFC, Familles de France, Familles rurales, Indecosa-CGT).

Formations juridiques

Les experts de l'INC ont également organisé ou contribué à d'autres formations :

- le droit des contrats, les clauses abusives - Maison de la consommation et de l'environnement CTRC Bretagne/Saint-Brieuc (22 mai) ;
- le surendettement - CTRC Centre (7 juin) ;
- le crédit - Confédération syndicale des familles (14 juin) ;
- assurance des personnes, assurance vie, assurance emprunteur - CTRC Paca (15 juin) ;
- Communication électronique, vente à distance - CTRC Midi-Pyrénées (21 septembre) ;
- le droit des contrats, les clauses abusives - Maison de la consommation et de l'environnement CTRC Bretagne/Rennes (25 septembre) ;
- Siéger en commission de surendettement - Unaf (4 et 5 octobre) ;
- assurance des personnes, assurance vie, assurance emprunteur - CTRC Languedoc-Roussillon (22 octobre) ;
- démarchage-abus de faiblesse, vente à distance-commerce électronique - Indecosa-CGT (14 novembre) ;
- fournisseurs d'accès Internet - CTRC Franche-Comté (30 novembre).

Guide *Siéger en commission de surendettement*

Faisant suite à une demande exprimée par les organisations nationales de consommateurs, l'INC a édité un guide, *Siéger en commission de surendettement*, et l'a mis en ligne dans l'espace réservé du site Internet Conso.net.

Ce guide, destiné aux représentants des consommateurs en commission de surendettement, est constitué de trois livrets : « Surendettement en chiffres », « Dispositif juridique », « Aide à la décision ». C'est un outil de formation pour le perfectionnement ou l'acquisition de connaissances des représentants des consommateurs siégeant en commission de surendettement ou amenés à y siéger. Il peut être utile aux autres membres des commissions de surendettement, et aux militants et permanents des associations de consommateurs.

Ce guide propose une sélection de données statistiques, de textes juridiques ainsi que des éléments d'aide à la décision qui permettent de les guider utilement et de façon pratique.

Il a servi de support lors d'une formation organisée par l'Unaf, les 4 et 5 octobre 2012, destinée aux représentants des consommateurs, issus des associations familiales, siégeant en commission de surendettement.

Médiatraining

Une session de formation « *training media* » a été proposée aux organisations nationales de consommateurs le 2 juillet 2012.

1.1.4 Émissions télévisées

120 émissions « Consomag » originales ont été produites durant l'année 2012. Les thèmes abordés touchent à la fois les secteurs de l'alimentation, des loisirs, du logement ou encore des services et de l'environnement... bref, l'ensemble des thématiques consuméristes.

« Consomag » garde une confortable audience cumulée par émission de plus de 3,5 millions de consommateurs.

Les études qui ont été menées dans l'année montrent qu'il existe un réel capital sympathie pour cette émission de la part des téléspectateurs.

Il s'agit d'une émission grand public accessible à tous et totalement légitime. À noter cette année, la progression des visionnages des émissions sur la chaîne de rattrapage de France Télévisions.

> http://pluzz.francetv.fr

Nouvelle formule

En 2012, un nouvel appel d'offres a été lancé en juillet auprès de neuf sociétés de production audiovisuelle. Le comité de pilotage de l'INC a examiné l'ensemble des projets au regard de différents critères discriminants.

SUJETS DES 120 ÉMISSIONS 2012 *

Alimentation

Indecosa-CGT – Les mentions alimentaires de qualité
INC – Chocolat équitable
UFC-Que choisir – Qualité de l'eau du robinet et eaux en bouteilles
CSF – Huiles d'olive
FR – Les produits de la mer
FR – Le steak haché
CLCV – Les dates limites de péremption des produits alimentaires
Orgeco – La sécurité des produits alimentaires
Unaf – Le gaspillage alimentaire

Banque – assurance

CNAFC – Paiement par carte bancaire
Indecosa-CGT – Services bancaires de base et carte bancaire
Orgeco — Le refus de chèque
Afoc — Les paiements et la consultation de comptes sur Internet
CNAFC – Le rachat de crédits
CSF – Le droit des consommateurs de choisir leur assurance emprunteur
FR – Assurer son animal de compagnie
CLCV – Les tarifs bancaires
FF – S'assurer en matière de conduite accompagnée
INC – Ne pas s'assurer : un mauvais calcul
INC – Conduire sans assurance auto, c'est prendre un gros risque
INC – Contrat d'assurance : toujours déclarer le véritable conducteur
INC – Pourquoi est-il indispensable d'assurer sa voiture ?
CSF – Assurance : le questionnaire médical
INC – Épargne : les questions à se poser
INC – Investir en Bourse : les règles de prudence
INC – Banque : les frais des produits financiers
INC – Le médiateur de l'Autorité des marchés financiers
INC – Comment réclamer auprès de sa banque
FR – Automobile : l'assurance au kilomètre

Droit – juridique

Afoc – Saisir le Jury de déontologie de la publicité (JDP)
FR – Le microcrédit personnel

Commerce – services

ALLDC – La télésurveillance à domicile
CSF – Difficultés de paiement d'une facture d'eau
FF – Les courses de taxi
Orgeco – Les livraisons d'articles
Adéic – Le dépannage d'urgence
Adéic – Les listes de mariage
ALLDC – L'achat sur les plateformes de vente
ALLDC – Les sites d'achats groupés
ALLDC – Ventes d'or : attention, arnaques
Asseco-CFDT – Le commerce équitable
FR – Adopter un animal

Énergie

Afoc – Énergie : les tarifs sociaux
INC – Les cheminées et les poêles à bois
INC – Les fournisseurs du marché de l'énergie
INC – Comment sont fixés les tarifs

SUJETS DES 120 ÉMISSIONS 2012 *

INC – Changer de fournisseur
INC – Litige avec son fournisseur
INC – Le rôle du médiateur national de l'énergie (MNE)

Environnement

Cnafal – La pollution de l'air intérieur
INC – Les écolabels
INC – Tourisme : les écolabels
INC – Bricolage : les étiquettes des produits polluants
INC – Allégations environnementales : comment s'y retrouver
INC – Affichage environnemental : un test grandeur nature
Unaf – Les dangers du LED
CGL – Écologie : la consommation d'eau
CLCV – Eau et assainissement : le rapport annuel sur le prix et la qualité du service public de l'eau et de l'assainissement
INC – Développement durable : l'éducation à la consommation responsable
CLCV – Les déchets électriques

Santé

Unaf – Dossier médical personnel (DMP)
Indecosa-CGT – Erreur médicale : une alternative aux recours devant les tribunaux
Indecosa-CGT – La commission de médiation à l'hôpital
CSF – Le dossier médical personnel

Logement

CNL – Bien acheter, bien rénover - Guide de la qualité
Asseco-CFDT – Logement : le DPE (diagnostic performance énergétique)
CGL – L'assurance dommages-ouvrages
CLCV – Bien rédiger un état des lieux
CSF – L'application de la loi Dalo
CLCV – Sous-louer son logement
UFC-Que choisir – Information : la transparence aux oubliettes - Logement locatif
UFC-Que choisir – Constitution du dossier : des excès à déloger ! - Logement locatif
UFC-Que choisir – Honoraires pour les locataires : des tarifs indûment gonflés
UFC-Que choisir – États des lieux et dépôt de garantie
CGL – Syndics de copropriété : les clauses abusives
FF – Les aides de la CAF pour contribuer au paiement du loyer
FF – Étudiants : comment disposer d'un logement étudiant du Crous
CSF – Un logement décent
CSF – La colocation
CGL – L'affichage des tarifs des agences immobilières

Loisirs

ALLDC – Voyages à la carte
FF – Un médiateur pour les voyages et le tourisme
FF – Location en plein air - Camping

Sécurité

Adéic – Les risques d'incendie liés au matériel électrique
UFC-Que choisir – Les détecteurs de fumées
INC – Skier bien équipé : skis, chaussures, fixations, casques...
INC – Casque de ski, l'assurance vie du skieur
INC – Les règles de sécurité et de bonne conduite
INC – Loisirs sur l'eau gilet sur le dos
INC – Se protéger du soleil

SUJETS DES 120 ÉMISSIONS 2012 *

INC – Les conseils pour partir en mer en toute sécurité
INC – Bouée, matelas pneumatique : les jouets nautiques
FF – Le monoxyde de carbone : attention danger
INC – Incendie : comment se protéger
INC – Incendie : les sources du feu
INC – Incendie : les bons gestes face au feu
UFC-Que choisir – La toxicité des jouets
CNAFC – Prévenir les accidents - Installations électriques

Télécommunications – Internet

CGL – Le droit à l'antenne du locataire
Asseco-CFDT – Les surtaxations des connexions des smartphones à l'étranger
CLCV – Téléphone, les offres dites illimitées
CNL – Les contrats de téléphonie mobile
CNAFC – Internet, les réseaux sociaux
Unaf – Les avis d'utilisateurs de produits et de services sur Internet
Adéic – Internet, télévision, téléphone et mobile : le contrat unique
CNAFC – Télécommunications - Service Pacitel ?
Indecosa-CGT – Le tarif social dans le cadre du service universel du téléphone

Transport

Fnaut – L'indemnisation des retards d'avion
Afoc – Transport d'enfants sur deux-roues motorisés
Fnaut – Le train de nuit Paris-Venise
ALLDC – Train : indemnisation en cas de retard
Cnafal – Automobile : l'achat d'un véhicule neuf
FF – Vente de véhicule d'occasion entre particuliers : vos recours en cas de litige
Fnaut – Transports : les abonnements élèves, étudiants, apprentis

Services

Cnafal – Les tarifs des vétérinaires
FR – Les objectifs de qualité de La Poste
CNL – La Commission d'accès aux documents administratifs (Cada) et les consommateurs
FR – Garde d'enfants : les assistantes maternelles
CNAFC — Consommation : le flashcode
INC – Vente d'or et prêt sur gage : comment faire ?

* Classés par thèmes et par ordre de diffusion.

Après examen des propositions, quatre projets se sont révélés particulièrement pertinents. Quatre entreprises ont été sélectionnées pour la réalisation d'un pilote. Très vite, deux projets ont été retenus, puis un. La société 2P2L produit les émissions « Consomag » depuis le mois de décembre 2012.

Le « Consomag » « nouvelle génération » est plus moderne, plus rythmé, plus adapté aux comportements et aux préoccupations des consommateurs. Dans sa forme, le nouveau « Consomag », c'est aussi : un logo revisité, une réorchestration musicale de son générique, une animation graphique mettant en scène Lucas, Angie, Édith, Charlotte ou Bernard, une famille de consommateurs qui se pose des questions chaque jour, une voix narrative rythmée, des images en HD.

Un QR code intégré dans l'habillage de l'émission renvoie vers le site Internet de l'INC (www.conso.net) pour des compléments d'information. Un profil Facebook est également consacré aux émissions.

Horaires de diffusion

En 2012, les émissions ont été diffusées sur les chaînes suivantes : France 2, France 3, France 4, France 5, France Ô et Francetv Pluzz.

Les horaires de diffusion sont les suivants :

- sur France 2, du lundi au vendredi, à 13 h 45 ;
- sur France 3, du lundi au vendredi, à 10 h 15 et le samedi, à 11 h 50 ;
- sur France 4, les mardi et jeudi, à 13 h 30, le mercredi, à 10 h 30 et le samedi, à 11 h 50 ;
- sur France 5, les mardi, mercredi et vendredi, à 8 h 5, le mercredi, à 22 h 20 et le samedi, à 9 h 55 ;
- sur France Ô, tous les jours de la semaine, à 12 h 15.

1.1.5 Amélioration de la qualité des produits et des services

L'INC a apporté son soutien technique aux associations pour leur participation, dans le cadre du projet Squalpi (soutenu par le ministère chargé de l'Industrie), aux travaux de normalisation ISO et CEN sur les produits d'entretien des lentilles de contact, la responsabilité sociétale des entreprises et les nanotechnologies.

1.1.6 Éducation à la consommation

Pédagothèque de la consommation. L'Adéic, la CNAFC, Familles de France et Familles rurales sont membres du comité paritaire d'évaluation des outils pédagogiques.

1.2 CENTRES TECHNIQUES RÉGIONAUX DE LA CONSOMMATION ET STRUCTURES ASSIMILÉES

Émissions télévisées « Flash conso »

La convention liant les centres techniques régionaux de la consommation (CTRC) à France Télévisions a été revue afin de tenir compte des dispositions du nouveau cahier des charges des chaînes de télévision publiques (décret n° 2009-796 du 23 juin 2009 modifié par le décret n° 2011-1725 du 1er décembre 2011).

L'article 56 relatif à l'information du consommateur précise que France Télévisions « diffuse, dans les programmes régionaux et sur les réseaux d'émetteurs correspondants, des émissions réalisées par les centres techniques régionaux de la consommation, dont la durée hebdomadaire ne peut être inférieure à deux minutes en moyenne sur l'année. Une convention pluriannuelle est conclue entre la société et l'Institut national de la consommation pour déterminer les conditions de production et de financement de ces émissions, ainsi que leur horaire de programmation et leur durée. »

Formation

Voir page 6.

Journée d'information et d'échange

L'INC a convié les représentants des associations de consommateurs nationales et des Centres techniques régionaux de la consommation (CTRC) et structures assimilées à une journée d'information et d'échange, qui s'est tenue le 18 octobre 2012.

Cette réunion avait pour but de concrétiser la mise en place d'une mutualisation des ressources de chaque structure. Dans ce cadre, il a été décidé de développer une plateforme collaborative sur Internet qui rassemble des outils pratiques et des documents de travail utiles à tous. Son lancement a été fixé au premier trimestre 2013.

Comité d'évaluation

Dans le cadre de l'arrêté du 12 novembre 2010 relatif au financement et à la fourniture de prestations d'appui technique aux centres techniques régionaux de la consommation ou aux structures régionales ou interrégionales assimilées, le comité d'évaluation s'est réuni trois fois en 2012, les 19 mars, 1er juin et 27 septembre. Au cours de ces réunions, le comité a pu se pencher et émettre des avis sur les propositions de la direction en matière de prévisions budgétaires et de répartition de la contribution financière de l'État aux CTRC et aux structures assimilées en fonction des critères de répartition définis tant pour le financement de leurs actions de soutien technique, logistique et juridique des associations locales de leur région que pour celui de leurs actions audiovisuelles.

RÉALISER DES ÉTUDES

DES ESSAIS COMPARATIFS, LES DIFFUSER

2.1 RESSOURCES ET EXPERTISES

2.1.1 Essais comparatifs et études techniques de produits et de services

37 essais comparatifs ou études ont été réalisés au cours de l'année 2012.

1 380 produits ou services ont été testés, soit :

- plus de 5 000 échantillons de produits achetés dans le commerce ;
- plus de 100 laboratoires ou prestataires consultés en France et en Europe.

Une dizaine d'essais et d'études ont été réalisés en partenariat avec des organismes publics, des fondations de recherche ou des associations.

Focus sur quelques essais

- Essai « boissons sucrées »

Une étude a été menée sur 55 boissons sucrées appartenant aux familles des colas, des boissons à l'orange et des thés glacés afin de déterminer notamment leurs apports en sucres et édulcorants. Par ailleurs, des analyses spécifiques à chacune de ces familles de boissons ont été menées afin de déterminer la présence de composés caractéristiques ou de vérifier la présence supposée de certaines substances par des analyses en laboratoire :

-pour les colas, des traces d'alcool, de caféine ainsi que des composés aromatiques (caractéristiques d'extraits végétaux) ;

-pour les boissons à l'orange, la teneur en fruit a soit été relevée sur l'étiquetage, soit vérifiée par des analyses ;

-pour les thés glacés, la présence de caféine a été analysée.

Par ailleurs, une étude de la composition affichée sur les emballages a été réalisée sur tous les produits pour repérer les additifs utilisés, notamment les colorants.

Cette étude a permis de montrer que ces boissons sont globalement très (trop) sucrées, en particulier les jus de fruits et les colas. Il apparaît que les

ESSAIS COMPARATIFS RÉALISÉS EN 2012

Alimentation – produits d'entretien

– Boissons sucrées / avec l'Anses (juillet-août)
– Chocolat équitable (avril)
– Huiles d'olive (juin)
– Lessives liquides concentrées (janvier)
– Pesticides et additifs dans le vin (mai)
– Saumon fumé (dégustation) (décembre)
– Sel dans les produits alimentaires (avril)
– Steak haché (octobre)
– Thé en sachets (janvier)

High-tech – audiovisuel – numérique

– Boîtiers courants porteurs en ligne / CPL (mai)
– Casques audio (février)
– Liseuses numériques (septembre)
– Smartphones (décembre)
– Tablettes (décembre)
– Télévisions 82 cm (novembre)

Sports – loisirs – environnement

– Chaussures de randonnée (juillet-août)
– Emballages des produits / avec l'Ademe (juin)
– Pneumatiques / avec l'Ademe (novembre)
– Tondeuses thermiques (avril)

Équipement – Électroménager

– Aspirateurs (traineau et cuve) (mars)
– Autocuiseurs (octobre)
– Centrales à vapeur (juin)
– Lave-linge (septembre)
– Lave-vaisselle (février)
– Machines à coudre (juillet-août)
– Micro-ondes multifonctions et gril (mai)
– Piles, accumulateurs et chargeurs (janvier)

Santé – hygiène — cosmétiques

– Alerte sur les retardateurs de flamme : couettes et oreillers (novembre)
– Amincissants (mai)
– Déodorants (avril)
– Phytothérapie, huiles essentielles (février)

Services

– Conseils en placement financier (novembre)
– Envoi de petits colis par La Poste / avec l'Arcep (novembre)
– Location de matériels de bricolage (mai)
– Rachat d'or / avec le Crédit municipal (octobre)
– Meubles en kit (janv)
– Pressings (mars)

compositions affichées sur les produits et notamment sur les colas manquent de transparence : la nature des extraits végétaux ou « arômes naturels » (cannelle, noix de muscade ou agrumes) qui peuvent poser problème aux personnes allergiques ou intolérantes ainsi que la présence d'alcool détectée dans certains produits ne sont pas précisées. En ce qui concerne la présence d'éthanol dans les colas, ces analyses ont été menées afin de vérifier des déclarations trouvées notamment sur Internet à ce sujet : plus de la moitié des colas de notre échantillonnage (10 sur 19) contient de l'alcool à des teneurs inférieures à 10 mg/l (soit un taux d'alcool de 0,001 %), sauf pour le cola sans sucres Sodastream, dosé à 272 mg/l (soit 0,03 %). L'alcool est soupçonné de servir, lors de la fabrication, de support aux extraits végétaux ajoutés à la boisson. Ces teneurs restent toutefois éloignées du seuil de 1,2 % d'alcool à partir duquel, selon la législation française, une boisson est dite alcoolisée.

- Essai « le sel dans les aliments »

Cet essai est réalisé dans la continuité de l'étude sur le sel dans les aliments réalisée depuis 2003 par l'INC en partenariat avec l'Anses. L'objectif de cette étude est de mesurer l'évolution de la teneur en sel dans plus de 300 produits sélectionnés parmi six groupes de produits principaux vecteurs de sel dans la population française : le pain, la charcuterie, les fromages, les soupes, les plats cuisinés, les snacks (pizza, quiche…), les croissants et les céréales pour le petit déjeuner. Au bilan, la photographie de l'essai comparatif dégage un progrès : pour la majorité des produits, les fabricants ont fait depuis une dizaine d'années un effort en matière de sel. Ceci est particulièrement significatif pour les plats cuisinés ainsi que les baguettes de pain. En revanche, les soupes liquides, les saucissons secs et la plupart des fromages, à l'exception des emmentals en parts, n'ont pas évolué, certains ont même augmenté les quantités de sel. De plus, l'écart parfois important entre les minima et les maxima de chaque famille de produits montre bien qu'il reste de la marge pour continuer à diminuer le sel.

- Essai « lave-linge »

L'essai porte sur 10 modèles à chargement frontal. Le test est réalisé avec de la lessive liquide, et non pas avec de la poudre comme lors des précédents essais lave-linge, puisque l'usage des consommateurs est aujourd'hui devenu majoritairement celui-ci. Les performances sur l'efficacité de lavage en ont été altérées. A contrario, le rinçage se révèle plus performant qu'avec les lessives en poudre. Globalement, les performances de lavage des machines testées sont décevantes : la meilleure machine obtient difficilement des résultats moyens, de nombreuses machines présentent une efficacité de lavage insuffisante. Les résultats de rinçage sont corrects, et l'intérêt de la fonction « rinçage plus », à de rares exceptions près, est très peu probant. L'essai comparatif démontre que l'efficacité de l'essorage n'est pas forcément liée à la

vitesse d'essorage annoncée par le fabricant. De plus, les capacités en linge des machines sont en décalage par rapport aux revendications des fabricants, qui les surestiment. Nos tests d'usage montrent qu'il est impossible pour un utilisateur de remplir une machine à la capacité annoncée !

• Essai « piles, accumulateurs et chargeurs »

Quatre références de piles alcalines et huit couples chargeurs-accumulateurs Ni-MH rapides ont été testés. Son objectif a été d'évaluer l'aptitude à la fonction de ces produits de consommation courante par le biais de tests en laboratoire, et de fournir des conseils à l'utilisateur lui permettant d'orienter son choix quant à l'utilisation de piles ou d'accumulateurs en fonction du type d'appareil. Les piles jetables ont une capacité plus faible que les rechargeables. Mais elles s'autodéchargent moins et au final se révèlent plus appropriées pour les appareils consommant peu d'énergie et restant de longues périodes au repos. Les piles rechargeables (accumulateurs) coûtent plus cher à l'achat, mais l'investissement est vite amorti. Elles ont une plus forte capacité et se révèlent très bien adaptées aux appareils voraces en énergie. Globalement, la qualité des produits n'est pas corrélée avec le prix.

• Essai « liseuses numériques »

L'INC est, là encore, présent sur de nouveaux produits, toujours dans les nouvelles technologies. Nous avons testé les huit liseuses (livres électroniques) qui ont marqué la rentrée scolaire et universitaire de 2012. Et on constate que les produits commencent, pour certains d'entre eux, à être déjà très aboutis. Les leaders de ce jeune marché nous ont montré de bonnes performances tant en matière de qualité de matériel, d'ergonomie, que d'offres de contenus. Ces dernières ayant fait l'objet d'une étude de disponibilité et de prix sur leur catalogue d'e-books. Nous avons alerté les consommateurs sur les problèmes de compatibilité entre les livres et le matériel.

Dans le cadre de notre partenariat avec l'association Handéo, nous avons également réalisé une étude (usage à domicile) pour connaître l'acceptabilité de ce produit par des personnes malvoyantes. La conclusion fondamentale est que ce type de produit peut être utile pour certaines personnes malvoyantes mais, attention, pas de plus-value systématique pour tous les malvoyants. L'« efficacité » de ce produit est intimement liée à la lourdeur de la pathologie de l'utilisateur, aux différentes possibilités de réglage des appareils. Ce produit peut présenter un intérêt pour les seniors ayant des difficultés à lire de petits caractères. Sans exclure les autres.

• Essai « déodorants »

14 déodorants antitranspirants (7 pour femmes et 7 pour hommes) et un déodorant à la pierre d'alun (pour femme) ont été comparés. Les évaluations ont été effectuées d'une part sur un panel de volontaires (chaque produit étant testé par des volontaires) afin d'évaluer l'efficacité antitranspirante par la technique de mesure de la perte insensible en eau et d'autre part par un questionnaire d'auto-évaluation qui inclut des critères pour évaluer la tolérance, les qualités cosmétiques et la praticité des produits. Par ailleurs, la teneur en aluminium a été dosée dans chaque produit et comparée au seuil fixé par l'Afssaps dans un rapport publié en octobre 2011, « Évaluation du risque lié à l'utilisation de l'aluminium dans les produits cosmétiques », qui recommande notamment de restreindre la concentration d'aluminium dans les produits antitranspirants ou déodorants à 0,6 %. Les résultats de l'INC montrent que près de la moitié des produits dépassent ce seuil. Aucun déodorant ne présente à la fois des teneurs en aluminium satisfaisantes et des niveaux d'efficacité performants. Enfin, plusieurs allégations ne sont pas vérifiées (antitraces) ou n'incitent pas à une hygiène convenable (efficacité de 48 heures, de 72 heures…).

● Essai « pneumatiques »

L'essai porte sur 12 pneumatiques de dimension « voiture citadine » et comprend de nombreux modèles « verts ». Les résultats montrent des différences notables entre les différents pneus en termes de freinage (notamment sur sol mouillé), de sécurité et de confort. Des résultats très discriminants qui indiquent que, globalement, ce sont les marques « premium » qui s'en sortent le mieux… mais pas toujours ! Par ailleurs, notre essai démontre que l'avantage revendiqué des « pneus verts » de consommer moins de carburant n'est pas systématiquement confirmé et s'avère parfois fantaisiste. Ces allégations vertes des pneumatiques sont donc trop peu crédibles.

● Essai de service « location de matériels de bricolage »

Nous avons évalué les enseignes de location de matériel de bricolage sur deux aspects principaux : la qualité du service rendu par le loueur d'une part (conseils d'utilisation et précautions d'usage prodigués par le loueur) et la qualité des matériels proposés à la location d'autre part (état, présence ou non de notice, niveau de sécurité électrique).

Pour ce faire, nous avons réalisé des enquêtes mystères en IDF auprès de six enseignes nationales proposant la location de matériel de bricolage aux particuliers, où nous avons loué des scies circulaires, des perforateurs, des ponceuses, des décolleuses, etc.

Parmi les résultats marquants :

- nous avons détecté un problème de sécurité potentiellement dangereux et constituant un risque pour le consommateur sur une ponceuse et une décolleuse ;
- trois appareils ont été remis au consommateur sans avoir été nettoyés préalablement ;
- trop d'appareils étaient loués sans notice d'utilisation (plus d'un appareil sur deux dans l'étude) ;
- le consommateur n'est pas suffisamment informé au sujet des consommables : ceux-ci ne sont quasiment jamais compris dans le prix de la location alors qu'ils sont pourtant indispensables au bon fonctionnement de l'appareil (ex. : mèches du perforateur) ;
- d'une manière générale, les loueurs ne remplissent pas assez leur rôle de conseillers : les informations, conseils et consignes de sécurité n'ont été que très peu mentionnés alors qu'ils devraient l'être systématiquement.

● Essai comparatif de service sur les acheteurs d'or : site Conso.net

Cette étude s'inscrit dans le cadre d'un partenariat entre le Crédit municipal de Paris et l'INC. Son objectif principal est de sensibiliser les consommateurs sur les risques potentiels liés à ce type de commerce. Le second objectif est d'évaluer la qualité de service des points de vente acheteurs-revendeurs d'or dans le but de faire une photographie susceptible de continuer à faire évoluer la réglementation en la matière.

Pour ce faire, l'INC a réalisé 150 visites mystères réparties dans huit villes. Lors de chaque visite, un lot de bijoux préalablement expertisé a fait l'objet d'une estimation par les professionnels acheteurs d'or. Il en résulte au final que la quasi-totalité des professionnels ont sous-estimé les lots de bijoux et qu'ils ont été peu regardants sur les modalités de transaction : dans 75 % des visites, aucune pièce d'identité n'a été demandée aux panélistes et six professionnels étaient prêts à payer le lot en argent liquide, ce qui est interdit. On déplore également de fortes différences d'estimation d'un point de vente à un autre et surtout un manque total d'information pour le consommateur. Ceci a amené l'INC à alerter la DGCCRF sur la nécessité de renforcer la réglementation.

● Étude de la qualité des services d'envoi de petits colis par La Poste : site Conso.net

Cette étude s'inscrit dans le cadre d'une démarche initiée en 2009 par l'Arcep et l'INC. L'objectif est

de fournir des informations sur la disponibilité de l'offre Mini Max dans les bureaux de poste, deux ans après les résultats de la première étude, de manière à déterminer dans quelle mesure La Poste a effectivement amélioré l'information des utilisateurs de services postaux dans ses points de contact. 150 bureaux de poste répartis sur tout le territoire ont fait l'objet d'enquêtes mystères.
En conclusion, on mentionnera une légère amélioration de l'affichage des offres de La Poste et une bonne information des guichetiers au sujet de Mini Max. En revanche, cette offre est encore insuffisamment préconisée aux consommateurs (seulement dans 24 % des visites) au profit de la Lettre Max, mentionnée dans plus de 90 % des cas...

• Étude sur la commodité d'emploi des produits d'équipement de la maison par des personnes en situation de handicap : site Conso.net
En 2012, dans le cadre d'un partenariat avec Handéo, enseigne nationale de services à la personne, des panels de personnes handicapées ont testé des liseuses numériques, des fours micro-ondes et des lave-vaisselle. Il s'agit, dans le cadre d'un essai comparatif, de détecter les barrières qui nuisent à une bonne utilisation des produits grand public, d'analyser et de prendre en compte les pratiques des personnes face à ces matériels. Cette démarche a également pour objectif d'inciter les fabricants à mieux prendre en compte l'usage de leurs produits par ces consommateurs, dont les attentes sont différentes.

Caractéristiques des essais

Parmi les essais et études publiés en 2012, plusieurs se distinguent par leur caractère inédit ou les conséquences de leurs résultats :
- une alerte des pouvoirs publics et/ou des instances de normalisation en raison des risques potentiels consécutifs à la présence d'aluminium dans les déodorants, de non-respect ou d'insuffisance de la réglementation (acheteurs d'or) ;
- une mise en garde des consommateurs sur les risques inhérents à une mauvaise utilisation des produits (huiles essentielles, déodorants, autocuiseurs, loueurs de matériel de bricolage, mauvais dosage des lessives très concentrées) ;
- une sensibilisation des consommateurs sur l'existence de produits et de services ne répondant pas correctement aux promesses (huile d'olive extravierge, propriétés antitraces ou actions longue durée des déodorants, performances des produits amincissants, capacité de linge des lave-linge, débits de vapeur des centrales à vapeur, débits des CPL, pseudo-actions sociales dans le but de se créer une image positive de certaines marques de thés ne portant aucun label sérieux...) ;
- une préoccupation constante du développement durable :
1) dans les différents essais, par les mesures des consommations d'eau et d'énergie qui mettent en relief des consommations électriques inacceptables pour des appareils à l'arrêt ou des interprétations parfois discutables de certaines étiquettes énergie de produits testés. Pour certains essais comme les lave-vaisselle, il existe de très grandes différences entre les cycles « éco » et classiques,
2) par la réalisation d'essais spécifiques qui prennent en compte directement la problématique de l'impact sur l'environnement : piles, accumulateurs et chargeurs, emballages... L'INC et l'Ademe ont proposé un protocole d'évaluation du « taux de restitution » qui devrait être intégré au référentiel de l'écolabel européen des shampooings, qui doit être révisé en juin 2013 ;
- une alerte sur des problématiques liées à des enjeux de santé publique (métaux lourds dans les thés, pesticides dans les vins, sel dans les aliments dont les résultats ont contribué à un avis de l'ANSES sur le sujet (avis du 15 octobre 2012), ingrédients des boissons sucrées, aluminium dans les déodorants anti transpirants, alerte sur les retardateurs de flamme dans les couettes et oreillers surtout pour les tout petits enfants) ;

- un décryptage des segmentations commerciales pour mieux connaître et mieux choisir grâce aux essais comparatifs : différences entre thés noirs ou verts, tests de dégustation aveugle entre steaks hachés 15 % et 5 %, les clés pour naviguer dans le monde opaque des allégations et logos des produits de literie, les besoins d'une standardisation des qualificatifs sur la concentration des lessives, les vitesses d'essorage des lave-linge sans rapport avec leur performance d'essorage, le décodage des pneus et des repères pour mieux les choisir ;
- une prise en compte des usages des produits par les consommateurs : choix des piles ou des accumulateurs suivant la destination des appareils à alimenter, prise en compte des profils d'utilisateurs pour le choix des chaussures de randonnée ;
- une volonté de tester des produits récents qui progressent de façon très importante et pour lesquels les consommateurs ont besoin d'un guide d'achat objectif et actualisé (smartphones, tablettes tactiles, télévisions 3D…) ;
- une prise en compte du pouvoir d'achat avec des tests de produits de circuits de distribution très différents et, en particulier, des marques de distributeurs (MDD) et des premiers prix ou produits hard discounters ;
- une prise en compte de plus en plus importante des produits « bio » ou « commerce équitable » dans les échantillonnages de produits alimentaires et cosmétiques, voire un essai dédié (chocolats) ;
- une réponse à certaines interrogations sur la fiabilité des marques et la durabilité des produits (enquête sur la fiabilité des marques d'électroménager) ;
- une volonté d'être à la pointe du progrès et de l'actualité, par exemple en passant un contrat avec une start-up du CEA pour de la recherche appliquée utilisant une méthode de pointe (métabolomique) dans la détection des résidus de pesticides dans les vins ;
- une résonance médiatique particulière en France ou à l'étranger. Ainsi, par exemple, les résultats des essais sur les boissons sucrées ont suscité de nombreuses réactions, notamment concernant la présence de trace d'alcool dans les colas : échanges avec le « Muslim Consumer Group For Food Products USA and Canada », ainsi que des brèves parues sur Internet en provenance entre autres des Émirats arabes unis, de l'Inde, du Pakistan, de San Francisco et de Jordanie.

Projet « NutriTIC » : les systèmes de guidage nutritionnel

Dans le cadre d'un appel à projet lancé par le Fonds français pour l'alimentation et la santé (FFAS), le projet intitulé « Évaluation et optimisation des systèmes de guidage nutritionnel proposés aux consommateurs grâce aux technologies de l'information et de la communication » présenté par l'INC a été sélectionné.

Dans un premier temps, il vise à évaluer - par des essais comparatifs en laboratoire, des analyses d'experts et des « focus groupes » - les différents systèmes de guidage alimentaire disponibles grâce aux technologies de l'information et de la communication (TIC). Pour cela, une approche technique complète une approche comportementale en vue d'une meilleure compréhension de l'interaction entre le logiciel et le consommateur. Ce projet d'envergure intègre également une analyse juridique et une évaluation de la protection des données personnelles. La photographie d'une sélection d'applications existantes a été réalisée en 2012.

Cette expertise doit, dans une deuxième phase, permettre de développer en 2013 un système de guidage alimentaire « pilote » assurant à chacun l'accès à une information nutritionnelle fiable, compréhensible, facile à utiliser et personnalisée. Ces expertises du service technique, nourries des travaux des autres services de l'INC, de plusieurs experts nutritionnistes, sociologues et psychologues et de représentants de la Direction générale de la santé et de l'Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et

du travail (Anses), doivent contribuer à un prolongement de la politique nutritionnelle en France (Programme national nutrition santé, PNNS).
À terme, des passerelles et des contributions sont susceptibles d'être apportées par l'INC à l'Association française de normalisation (Afnor) et à la Commission nationale de l'informatique et des libertés (Cnil).

Publication scientifique

Publication en octobre 2012 d'un article, « Les compléments alimentaires à visée cosmétique : quelle efficacité, quels risques pour le consommateur ? », coécrit par Claire Wallaert et un auteur de l'Anses, dans la revue scientifique *Annales de falsifications, de l'expertise chimique et toxicologique.*

2 ■ 1 ■ 2 Études juridiques, économiques et sociologiques

Études juridiques et économiques

● Études et suivi de l'actualité

- À quoi servent les taxes sur l'électricité ?
- Acheter ou louer son automobile (juin 2012)
- Assurance crédit : payez moins cher (mai 2012)
- Base ou heure pleine/heure creuse : quel abonnement choisir pour son contrat d'électricité ?
- Complémentaires santé (septembre 2012)
- Conseil bancaire en placement (novembre 2012)
- Dossier : le prix de l'eau (avril 2012)
- Étude des contrats, enquête LOA-LLD-Crédit Auto (juin 2012)
- Euro : réussite ou ratage ? (janvier 2012)
- La responsabilité en cas d'accident de ski (janvier 2012)
- L'arrêté sur les factures de gaz naturel et d'électricité paraît au *JO* du 26 avril 2012 (avril 2012)
- Le diagnostic de performance énergétique (actualisation avril 2012)
- Le palmarès des syndics (février 2012)
- Le prix de l'électricité : que paient les consommateurs ?
- Les agents immobiliers (juillet-août 2012)
- Loi de simplification du droit (janvier 2012)
- Meubles à monter en kit (janvier 2012)
- Mobiles à l'étranger : le nouveau règlement européen sur l'itinérance (juin 2012)
- Panneaux photovoltaïques qui brûlent, l'analyse de l'INC (août 2012)
- Préparation du dossier BBC paru en janvier 2013
- Projet de loi renforçant les droits, la protection et l'information des consommateurs (janvier 2012)
- Puis-je choisir librement mon fournisseur d'énergie ?
- Quand ça va mal avec votre banque… (mars 2012)
- Réparateurs de pare-brise (janvier 2012)
- Repères et indices économiques (mise à jour permanente)
- Suppression des commissions interbancaires à partir du 1er septembre 2013 (juillet 2012)
- Tous chez Free ? La téléphonie mobile en ébullition (avril 2012)
- TVA sociale : de quoi parle-t-on ? (mars 2012)
- Un crédit sans le revolving (décembre 2012)
- Vers une consommation patriotique ? (février 2012)
- Vos droits : « L'ordre du jour de l'assemblée générale » (avril 2012)

Les juristes et les économistes contribuent à la rédaction des articles du magazine, notamment dans le cadre de la rubrique « Vos droits » et des hors-série sur les sujets suivants : copropriété, « guide du radin », Internet et téléphonie.

● « Paroles d'experts »

- Comment changer d'opérateur de téléphonie mobile (janvier 2012)
- Assurance habitation : attention au gel (janvier 2012)
- Soldes d'hiver 2012 : 5 conseils pour bien en profiter (janvier 2012)
- Frais de justice : le Conseil constitutionnel valide la contribution pour l'aide juridique (avril 2012)

- Soldes d'été : les conseils de l'INC pour bien en profiter (juin 2012)
- Les clauses réputées non écrites dans un bail d'habitation (juin 2012) ;
- Location : les augmentations des loyers sont strictement encadrées à partir du 1er août 2012 (juillet 2012) ;
- Location : les 17 documents qui ne peuvent être demandés par le bailleur (juillet 2012) ;
- Des nouvelles dispositions améliorent l'entretien et le contrôle technique des ascenseurs (juillet 2012) ;
- Assurance emprunteur : les assurés toucheront-ils leur part du gâteau ? (août 2012) ;
- Chauffage au bois : mode d'emploi ! (novembre 2012) ;
- Expulsions : le début de la trêve hivernale pour les locataires (novembre 2012) ;
- Soldes d'hiver 2013 : 5 conseils pour bien en profiter (décembre 2012).

• Guide « 150 lettre-types pour régler vos litiges »
Les 150 lettres-types ont été mises à jour et ont fait l'objet d'un numéro spécial de *60 Millions de consommateurs* destiné aux nouveaux abonnés recrutés par mailing en février 2012.

• Guide des associations de consommateurs
Publiée en octobre, la deuxième édition du « Guide des associations de consommateurs » peut être téléchargée sur le site Conso.net (www.conso.net).

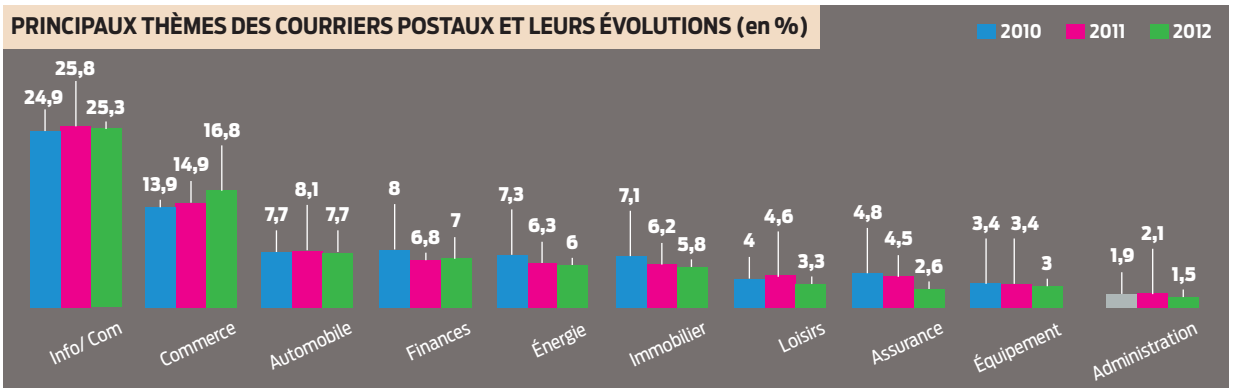
Conçu comme un outil pratique, ce guide présente les 17 organisations de consommateurs agréées, leur histoire, leurs domaines d'intervention, ainsi que les représentations qu'elles assurent auprès des instances officielles et leurs publications.

• Tableau de bord
Un tableau de bord économique est actualisé chaque mois. Ce document regroupe une sélection de repères économiques, immobiliers, sociaux et financiers.

Études sociologiques

• L'INC a réalisé plusieurs études qualitatives :
- la perception et les attentes des consommateurs sur le compteur communicant Linky / avec le médiateur national de l'énergie ;
- la perception et l'acceptation par les consommateurs des services et des offres de téléphonie mobile / avec la Fédération française des télécoms ;
- les non-assurés automobile / avec le Fonds de garantie.

• L'INC participe au programme de recherche « Les circuits courts en Europe, opportunités commerciales et dialogue avec la société » (Codia), dans le cadre d'un contrat Casdar, en partenariat avec le Gret, l'Inra et des acteurs de terrain. En 2012, ce programme de travail de trois ans a été mis en place, et les méthodologies des différentes phases élaborées.



Service d'assistance téléphonique « 60 répond »

Ce service d'assistance téléphonique est destiné à informer les abonnés à la formule complète de *60 Millions de consommateurs* de leurs droits.

En 2012, il a traité 9 695 appels pour 11 868 demandes reçues. Comme en 2011, le service enregistre une baisse des flux d'appels de 12,96 %.

Le temps moyen de communication des chargés d'information s'établit à 8 minutes et 53 secondes, contre 6 minutes et 58 secondes en 2011.

Concernant la répartition des appels par thèmes, les demandes relatives au secteur de l'immobilier restent prédominantes, comme en 2011. Elles représentent 22 % des appels.

Suivent les domaines droit-justice (20 %), commerce (16 %), finances (8 %), assurance (7 %), information-communication (6 %), emploi (5 %) et transports (3 %). Les autres domaines (énergie, société, administration, santé, loisirs-tourisme, environnement, matériel audiovisuel, éducation, alimentation, bricolage-outillage-jardinage, cosmétiques-hygiène, équipement domestique, sécurité et textiles) comptent chacun moins de 1 % des appels.

Traitement du courrier postal et électronique

21 000 courriers ont été reçus en 2012 : dans 68 % des cas, il s'agit de messages électroniques.

Le thème « information-communication », qui regroupe notamment des litiges liés à Internet, à la téléphonie fixe ou mobile, reste en tête devant les secteurs « commerce » (vente à distance, démarchage à domicile…) et « automobile » (réparations, panne des systèmes électroniques…).

Voir tableau ci-dessus.

2.1.3 Fonds documentaire

Voir page 5.

2.1.4 Formation

L'INC est un organisme de formation professionnelle continue déclaré au n° 11752505275 à la préfecture de la région Île-de-France. À ce titre, les stages organisés par l'INC peuvent accueillir des participants sous convention de formation professionnelle continue, en application des dispositions du livre IX du Code du travail.

En direction des organisations de consommateurs

Voir page 6.

En direction des universités

L'INC est intervenu auprès des étudiants en master 2 de l'université de Poitiers-Centre européen des produits de l'enfant : le consumérisme en France (structures)-les droits des consommateurs avec la nouvelle directive européenne (24 janvier).

2.1.5 Participations extérieures

Conseils d'administration

L'INC a participé aux conseils d'administration de plusieurs organismes :

CONTRIBUTION AUX COMMISSIONS TECHNIQUES

Les experts de l'INC ont apporté leur contribution aux travaux de plusieurs commissions techniques de l'Afnor et de l'Anec.

Association française de normalisation (Afnor)

– Comité consommation de l'Afnor (Cosac) + groupe de travail priorité consommation
– Commission française de normalisation sur les éthylotests
– Commission française de normalisation sur les produits dentaires
– Commission française de normalisation sur les produits d'entretien des lentilles de contact
– Commission française de normalisation sur les contraceptifs mécaniques et les préservatifs masculins
– Commission française sur les produits cosmétiques et d'hygiène corporelle
– Commission française sur les petits navires (gilets de sauvetage)
– Commission française « fiabilité sur Internet »
– Commission française sur l'analyse sensorielle
– Groupe de coordination du tourisme en matière de normalisation
– Commission française sur la qualité de service en télé-assistance
– Commission française sur les services instituts de beauté
– Comité d'orientation stratégique (COS) « santé »
– Comité d'orientation stratégique (COS) « agroalimentaire »
– Comité d'orientation stratégique (COS) « sports, loisirs, biens de consommation et services »
– Comité d'orientation stratégique (COS) « environnement »
– Commission de certification de la marque NF sur les préservatifs masculins
– Commission de certification de la marque NF sur les éthylotests
– Commission européenne de normalisation sur les éthylotests (CEN/TC 367)
– Commission internationale de normalisation sur les contraceptifs (ISO/TC 157)
– Comité stratégique de coordination sur l'accessibilité, avec suivi du groupe européen Strategy Advisory Group on Accessibility (Saga) et guide ISO/CEI 71
– Commission internationale de normalisation sur les cosmétiques (ISO/TC 217) et groupe de travail « produits solaires » (WG 7)
– Commission européenne de normalisation sur les cosmétiques (CEN/TC 392)
– Commission internationale de normalisation en optique-lunetterie-produits lentilles (ISO/TC 172/SC7)
– Copolco : comité pour la politique de consommation de l'ISO :
  ■ Personne clé pour les produits cosmétiques et produits solaires
  ■ Personne clé pour les produits d'entretien des lentilles de contact
– Révision de l'ISO sur les essais comparatifs (guide 46)
– Révision du guide ISO sécurité des produits snfants (guide ISO/CEI 50)

Association européenne pour la coordination de la représentation des consommateurs pour la normalisation (Anec)

– Groupe de projet sur les services de chirurgie esthétique, la médecine esthétique et les instituts de beauté
– Groupe transversal sur les services

- Agence qualité construction (AQC) ;
- Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie (Credoc) ;
- Centre européen des consommateurs (CEC), à Kehl.

■ Ateliers de la consommation

L'INC est membre du comité de pilotage des Ateliers de la consommation organisés par la DGCCRF. En 2012, le président du conseil d'administration de l'INC a présidé l'atelier « Santé : fonctionnement du marché et information du consommateur ». Il a également pris part à l'organisation de l'atelier « Les comparateurs de prix sur Internet ».

■ Travaux de normalisation et de certification

À l'international, outre la présence d'experts dans des instances de normalisation européenne et internationale pour le partenariat Squalpi pour le

mouvement consommateur, il faut noter la participation de l'INC à la réunion ISO « produits cosmétiques » en octobre 2012 à Florianópolis (Brésil), à la réunion CEN « cosmétiques et produits solaires » en novembre 2012 à Limassol (Chypre), à la réunion ISO « Petit Navire » – équipement de sauvetage - gilets à Vancouver (Canada), aux différentes réunions du groupe de travail à la Commission européenne, à Bruxelles, sur le « greenwashing » (MDEC : Multi-Stakeholder Dialogue on Environmental Claims).

Parmi les participations nationales de l'INC, il convient de souligner en particulier :

- le projet de norme « Avis en ligne des consommateurs » référence PR NF Z74-501 définissant les critères et les exigences d'un traitement fiable (collecte, modération-traitement, restitution et publication) des avis des consommateurs sur Internet ;
- le projet de norme XP X50-831-1 « Soins de beauté et de bien-être - Partie 1 : Exigences générales de qualité de service » ;
- la révision de la norme NF X20-702 « Éthylotest chimique : estimation alcoolique par analyse de l'air expiré ».

Groupes de travail

- Conseil national de la consommation (CNC) :

- énergie ;
- communications électroniques ;
- actions de groupe ;
- groupe ad hoc droit commun européen de la vente.

- Comité consultatif des services financiers (CCSF) :

- multi-assurance ;
- comparateurs financiers ;
- bilan de l'application de la loi Lagarde ;
- Europe ;
- moyens de paiement ;
- Réunions plénières.

- Autres groupes de travail

- Agence qualité environnement (AQC) : groupe de travail sur le bâtiment basse consommation (BBC), sur l'observatoire sur les signes de qualité et sur les travaux dangereux (préparation d'une plaquette d'information)
- Asqual : certification cosmétotextiles
- Club Qostic, géré par l'Afutt
- Comité « consommateurs » « télécoms » et « postal » de l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes (Arcep)
- Commission de régulation de l'énergie (groupe de travail « consommateurs », groupe de travail « comptage évolué-Linky », groupe de travail « opérationnel : procédures et nouveaux services en gaz et électricité »)
- Commission de suivi de l'Association médiation communications électroniques
- Conseil national de l'alimentation : réunions plénières et groupe de travail « communication et crises alimentaires »
- Consultation norme XP X50-831-1 « Soins de beauté et de bien-être » (mars 2012)
- DG SANCO : groupe de travail « comparateurs sur Internet »
- Groupe de travail « détergents » du ministère de l'Écologie
- Groupe de travail de Cetelem sur l'assurance emprunteur
- Instance de régulation relative à la garantie dommages aux existants hébergée par l'Agira (février, juin 2012)
- Médiation nationale de l'énergie, présentation du rapport d'activité
- Multi-Stakeholder Dialogue on Environmental Claims (groupe de travail de la Commission européenne)
- Normalisation chirurgie esthétique (Afnor)
- Observatoire des aides techniques de la Caisse nationale de solidarité pour l'autonomie (CNSA)
- Orange : groupe de travail sur la protection numérique des enfants, mis en place en juin 2012 (sujets

abordés : la catégorisation des contenus Internet vus par les consommateurs, le taux d'activation du contrôle parental par les parents, le respect des chartes et engagements, les contenus inappropriés et l'existence d'un bouton unique de signalement)
- Plateforme affichage environnemental des produits de consommation et groupes de travail «Produits consommateurs d'électricité » et « Détergents & lessives « (Afnor et Ademe)
- Réunions bilatérales associations de consommateurs-Bouygues Telecom/SFR/Orange

Auditions-consultations

- Parlement européen, groupe PPE : transposition de la directive crédit à la consommation.
- Projet de délibération de la Cnil sur la norme simplifiée « Prospects ».
- Projet de délibération de la Cnil portant adoption d'une recommandation concernant le traitement et la protection des données relatives à la carte bancaire lors d'opérations à distance.

Réseaux européens

- Partnership for Education and Research about Responsible Living (Perl)

Ce réseau international regroupe éducateurs, chercheurs et praticiens issus de plus de 40 pays, conscients de l'urgente nécessité pour les individus et la société à repenser et, de manière significative, à réorienter les choix qu'ils font et la manière dont ils vivent leur vie afin de réduire les impacts négatifs du changement climatique et de l'instabilité financière, d'assurer une répartition plus juste des ressources et de favoriser un développement durable et digne pour tous.
À la suite de six années de travail du réseau Consumer Citizenship (CCN), entre 2003 et 2009, Perl travaille à l'élaboration de méthodes et d'outils didactiques contribuant à l'éducation à la consommation durable et à un mode de vie responsable. Perl contribue également au processus de Marrakech sur la consommation et la production, ainsi qu'à la « Décennie des Nations unies pour l'éducation au développement durable » (2005-2014), avec la participation active du PNUE, de l'Unesco, de la *task force* italienne sur l'éducation à la consommation durable et du ministère suédois de l'Environnement.
Perl est basé à la fois en Europe comme un réseau universitaire Erasmus et mis en place en Asie-Pacifique, en Afrique et en Amérique latine. L'INC contribue à la rédaction des publications ainsi qu'aux travaux sur le développement multimédia. Ainsi, il pilote le concours international du film sur l'éducation à la consommation responsable, dont la deuxième édition s'est tenue à Berlin, en Allemagne, en mars 2012. Le concours 2012 portait sur le thème « Vers plus de modes de vie responsables ». Le principe de ce concours est de réaliser une vidéo de 60 secondes sans voix off ni dialogues, destinée aux enfants ou aux jeunes, sur un aspect lié au développement durable et à la consommation responsable. Les lauréats de cette édition sont issus de l'Université technique de Berlin, de l'Université de santé et de nutrition de Copenhague, au Danemark et de l'Institut de technologie de l'Université nationale de Canberra, en Australie.
www.conso.net/page/bases.6_education.20_ressources_videos

- Dolceta

L'INC participe au projet Dolceta, initié en 2005 et financé par la Commission européenne. Outil didactique initialement conçu et développé par l'association européenne de la formation professionnelle continue développée dans les universités - European Universities Continuing Education Network (Eucen) -, il contient des modules interactifs visant à informer les consommateurs, et peut facilement être utilisé en formation en classe.
Il y a sept modules en ligne sur : les droits fondamentaux des consommateurs (contrats, l'étiquetage, la vente à distance, la publicité, les voies de recours) ; les services financiers (épargne, crédit,

moyens de paiement, budget familial, compte bancaire, placement) ; la sécurité des produits ; les services universels (transport, énergie, télécommunications) ; un module « Éducation à la consommation » visant spécifiquement les enseignants ; la consommation durable ; l'éducation financière. Ils sont disponibles dans toutes les langues de l'Union européenne et ont été adaptés par les équipes nationales pour tenir compte des spécificités nationales. L'INC a été associé au travail d'expertise du module « Éducation à la consommation » et a réalisé le module « Sécurité alimentaire ». Il a permis la diffusion d'une information à destination du grand public via « Consomag «.

Depuis 2012, un nouveau consortium mené par l'Adetef (une agence de coopération technique internationale des ministères français de l'Économie et des Finances, de l'Industrie, de l'Artisanat et du Tourisme, du Développement durable et de l'Energie, et de la Réforme de l'État) a été choisi par la Commission européenne pour refondre le site Dolceta. L'INC a été sollicité comme référent européen en éducation à la consommation afin d'en définir l'objet et les cibles visées. Il a aussi conçu le modèle d'évaluation des outils pédagogiques qui seront mis en ligne sur le futur site rénové. Enfin, l'INC a établi le cahier des charges de recensement des outils pédagogiques de la future pédagothèque européenne qui sera proposée sur le futur site rénové de Dolceta.

Projets de recherche et de développement

- Projet « Communication, résistance et information du consommateur » (Cric) : partenariat de trois ans dans le cadre d'un contrat Picri (partenariats institutions citoyens pour la recherche et l'innovation), de la région Île-de-France) entre l'INC, le laboratoire Pesor de l'université Paris-Sud et le CTRC Île-de-France. L'objectif de ce projet est d'étudier et d'analyser les éléments et mécanismes de compréhension et de rétention des messages adressés aux consommateurs et simultanément les mécanismes de résistance des individus à certaines informations qui leur sont adressées. Au final, le travail produira des recommandations aux associations de consommateurs sur le contenu de l'information à diffuser et sur les moyens à employer dans leurs démarches de communication.
- Jumelage « consommation » avec le ministère du Commerce et du Tourisme tunisien et sa Direction générale de la qualité, du commerce intérieur, des métiers et des services et avec l'Institut national de la consommation tunisien, dans le cadre d'un jumelage européen. Ce jumelage réunit les partenaires européens suivants : la DGCCRF (leader), l'INC français, le Crioc belge et le Verbraucherzentrale Bundesverband (VZBV) allemand. Il est destiné pendant les deux ans de sa mise en œuvre (2012-2013) à aider les partenaires tunisiens à développer leur Direction générale de la qualité et de la protection du consommateur (DQPC) ainsi que les activités de leur INC. En 2012, une dizaine de missions ont été effectuées par des experts de l'INC : ingénieurs, journalistes, sociologue, chargés de communication, responsable des ressources humaines.

Réception de délégations étrangères

- Délégation chilienne du Sernac
- Délégation japonaise de la Citizens Environmental Foundation : allégations environnementales
- Délégation sud-coréenne de l'Epis, Korea Agency of Education, Promotion and Information service in Food, Agriculture, Forestry and Fisheries
- Aya Ohsawa (Ph. D. Associate Professor à la faculté de droit de l'université de Hosei, à Tokyo)
- Délégation du ministère de la Justice chinois sur l'organisation de l'aide juridique en France
- Délégation du comité politique de la province du Jiangsu (Chine)

2.2 DIFFUSION DES INFORMATIONS

2.2.1 *60 Millions de consommateurs*

Lancement de la nouvelle formule 2013

L'INC a organisé une conférence de presse à l'occasion du lancement de la nouvelle formule de *60 Millions de consommateurs,* le jeudi 20 décembre : « La consommation change, les consommateurs changent, *60 Millions de consommateurs* change ». Cette campagne de relations presse s'est accompagnée d'une campagne d'affichage et de promotion sur les lieux de vente signée « *60 Millions de consommateurs*, le pouvoir de consommer autrement ».

Le mensuel se renouvelle pour s'adapter aux modes de consommation actuels tout en conservant ses fondamentaux. Ses valeurs restent l'indépendance, l'impartialité et la rigueur. Sans publicités, le titre est fidèle à sa mission d'information et de service aux consommateurs et le réaffirme dans sa nouvelle formule.

Diffusion

La diffusion totale moyenne du mensuel (ventes en kiosque et sur abonnement) atteint 136 400 exemplaires en 2012, soit une baisse de 1,3 % par rapport à 2011.

DIFFUSION MOYENNE (NOMBRE D'EXEMPLAIRES)

	Mensuel		Hors-série	
	2011	2012	2011	2012
Kiosque	40 300	46 700	21 100	18 100
Abonnement	97 800	91 100	66 600	59 600
Total	138 100	137 800	87 700	77 700

- Kiosque

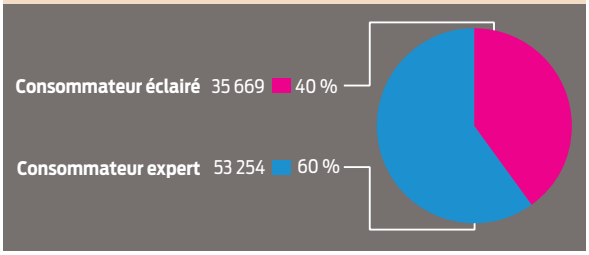
Les ventes moyennes du mensuel ont augmenté de 15,9 %, celles des hors-série ont baissé de 14,2 %.

Le mensuel de février 2012 (n° 468) sur les syndics de copropriété a fait l'objet d'une édition régionale sur Lyon et sa région. Cette édition a eu un impact important sur les ventes du numéro 468 et également sur les suivants.

Le mensuel de mars 2012 (n° 469) est la meilleure vente de l'année (75 000 exemplaires) Outre le dossier sur les nouvelles offres de Free, le numéro comportait une enquête sur les dépassements d'honoraires dans les hôpitaux publics qui a eu des retombées presse importantes.

Le mensuel de juillet-août 2012 (n° 473) sur les colas et les sodas (64 000 exemplaires) a fait l'objet de très nombreuses reprises, y compris à l'international.

RÉPARTITION DES ABONNEMENTS (en décembre 2012)



Abonnement

Le nombre moyen d'abonnés atteint 91 100, soit une baisse de 6,9 % par rapport à 2011.

NUMÉROS DE L'ANNÉE
Mensuels :

janvier

février

mars

avril

mai

juin

juillet-août

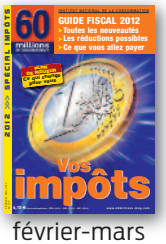
septembre

octobre

novembre

décembre

NUMÉROS DE L'ANNÉE
Hors-série :



février-mars

mars-avril

avril-mai

mai-juin

juillet-août

septembre-octobre

octobre-novembre

novembre-décembre

Le nombre d'abonnés en décembre 2012 est de 89 600. Le chiffre d'affaires des abonnements a baissé de 7 %.

Site www.60millions-mag.com

En 2012, 4 124 000 internautes ont visité le site. Le nombre moyen de visites mensuelles est de 438 000 en 2012 (318 000 en 2011).

Le nombre moyen de visites est de 14 297 par jour (10 463 en 2011), soit une progression de 37 %.

Le testeur de connexion Internet demeure la page la plus visitée du site ; il représente 18 % des pages vues sur le site.

Lancée en 2009, la vente d'exemplaires (mensuels et hors-série) en version numérique a continué de progresser en 2012, aussi bien pour la vente de nouveaux numéros que d'anciens. Avec 5 721 exemplaires en 2012, elle représente 56 % des ventes totales sur le site contre 44 % pour le papier.

Près de 3 000 nouveaux abonnés ont été recrutés sur le site, dont 30 % à la version numérique.

Proposer *60 Millions de consommateurs* aux nouveaux supports électroniques

Lancée en avril 2012, l'application de *60 Millions de consommateurs* sur la tablette numérique iPad permet d'acheter les numéros mensuels et hors-série publiés depuis janvier 2012. Les numéros sont en accès libre pour les abonnés à la version numérique.

Être présent sur les réseaux sociaux

En décembre 2012, nous avons créé le compte @60millions sur Twitter et la page Facebook :
> www.facebook.com/60millionsdeconsommateurs

Partenariats

- Quotidiens régionaux

Paris Normandie. Pour la cinquième année consécutive, *Paris Normandie* et ses déclinaisons locales *Le Havre libre*, *Le Havre Presse* et *Le Progrès de Fécamp* publient chaque mardi l'extrait d'un article issu du mensuel ou du hors-série en en présentant la couverture.

- Télévision

France 5. L'émission « C'est notre affaire » diffuse chaque mois sur le câble, la TNT et le réseau hertzien plusieurs sujets réalisés à partir d'un article ou d'un dossier du mensuel.

- Radio

France Inter. Chaque mois, l'émission « Service public », programmée du lundi au vendredi, de 10 heures à 11 heures traite d'un sujet publié dans le mensuel en cours de vente.

- Autres

France Libertés sur l'eau : les résultats de l'« opération transparence » sur les prix ont été présentés lors d'une conférence de presse en mars, et une nouvelle phase de l'opération transparence, portant cette fois sur la qualité de l'eau, a été lancée en juin, lors d'une nouvelle conférence de presse.

2.2.2 Consomag

Voir page 7.

Un quart des 120 programmes produits en 2012 revient à l'INC.

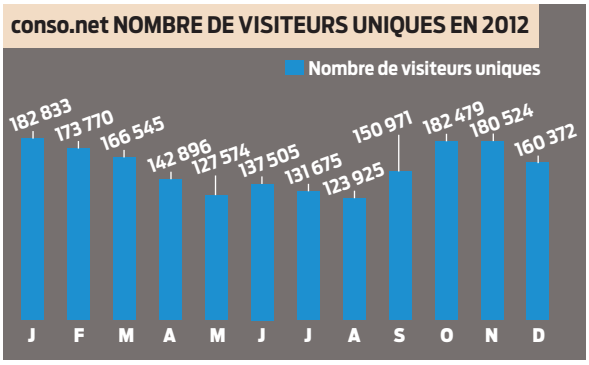
2.2.3 Site Conso.net

L'année a été marquée par :

- La poursuite de la dématérialisation des fiches pratiques et juridiques. La mise en page a permis d'améliorer la lisibilité et la compréhension des contenus. Ce nouvel affichage, en version intégrale, permet d'enrichir les fiches de contenus dynamiques (ex. : calculateurs loyers, PEL, CEL) ou complémentaires (ex. : mémo pour les syndics, liens vers sites Web sources). En 2012, 13 fiches pratiques ont ainsi été publiées.
- La mise en ligne de dossiers spécifiques sur les sujets suivants :

- suivi de l'actualité : textes de projets de loi consommation et suivi du projet à toutes les étapes (Sénat, Assemblée nationale...), paroles d'experts, dossiers spéciaux liés au Salon de l'auto, au Salon des services à la personne, etc. ;

LE PORTAIL DE LA CONSOMMATION édité par l'Institut National de la
conso.net
Voyage ou avion annulé...
FOCUS
CONSOMAG
ASSOCIATIONS DE CONSOMMATEURS
ADRESSES UTILES
VOS DROITS
FOCUS
Guide du consumérisme
A l'occasion du colloque "Le code de la consommation : 20 ans et après ?", l'INC réédite son guide, pour tout savoir sur les associations de consommateurs, les administrations, les institutions, en France, en Europe et au niveau international
> Accéder au guide
Colloque, les 20 ans du code de la
Focus



- Enrichissement de la rubrique dédiée à l'amélioration de la commodité d'emploi des appareils d'équipement de la maison pour les personnes en situation de handicap (publication des résultats d'essais spécifiques de liseurs numériques, de lave-vaisselle et de fours micro-ondes) ;
- publication des résultats d'études de services : le rachat d'or, l'envoi de petits colis par La Poste ;
- édition 2012 du « Guide des associations de consommateurs ».

• Une intensification des échanges avec les internautes :

- questionnaire de satisfaction des internautes concernant la qualité du site Conso.net ;
- appels à candidats pour participer à des tables rondes sur la consommation.

• L'intégration d'une nouvelle fonctionnalité : le classeur de documents. L'internaute abonné peut enregistrer dans un classeur ses documents et contenus préférés du site.

Le site a accueilli plus de 155 000 visiteurs uniques par mois, soit une augmentation de près de 22 % par rapport à 2011.

Les 5 rubriques les plus populaires

1. « Fiches pratiques, « Lettres-types », « Indices économiques »
2. « Guides et outils : le calculateur de loyers »
3. « Guide des associations de consommateurs »
4. « Consomag : programme et vidéos »
5. Pédagothèque

Les 10 documents les plus téléchargés

1. « Construire sa maison » (guide pratique réalisé en partenariat avec l'AQC)
2. « Tarifs des huissiers » (fiche pratique)
3. « Guide des associations de consommateurs »
4. « L'état des lieux » (fiche pratique)
5. « Résiliation du contrat d'assurance « (fiche pratique)
6. « Expulsion du locataire » (fiche pratique)
7. « Factures d'eau » (fiche pratique)
8. « Prescription de paiement » (fiche pratique)
9. « Garantie du vendeur » (fiche pratique)
9. « Régler un litige locatif » (fiche pratique)
10. « Recouvrement amiable » (fiche pratique)

Plusieurs lettres d'information sont proposées sur le site

- Lettre générale du site : 21 962 abonnés
- Lettre trimestrielle « Espace éducation » : 5 962 abonnés
- Alerte mensuelle informant de l'actualisation des fiches pratiques : 4 494 abonnés
- Bulletin « Veille législative hebdomadaire » : 417 abonnés

2 ■ 2 ■ 4 Sites spécialisés

Ctaconso.fr, le premier site d'information conso 100 % jeunes

Ce site Internet donne aux jeunes de 15 à 25 ans des informations fiables, crédibles et adaptées leur permettant l'acquisition ou le perfectionnement de comportements individuels avisés, responsables et vigilants. Ce site prend appui sur la façon dont les jeunes consomment aujourd'hui (produits et services de consommation courante), la préoccupation de l'« avoir » qu'ils manifestent, les droits auxquels ils peuvent prétendre.

www.ctaconso.fr

	01/01/2012 au 31/12/2012	Évolution 2011-2012
Visiteurs uniques	820 431	+15 %
Pages vues	3 915 762	+12 %

Il est animé par deux jeunes comédiens dont la vidéo est incrustée à l'écran et jouant des saynètes écrites à partir de cas réels qui introduisent chacune des six rubriques du site : « Acheter malin », « Bien vu », « Mon argent », « Ma santé », « Atout sport », « Bien se nourrir ».

Des versions graphiques apparaissent au gré de la saisonnalité des actualités dédiées aux jeunes. Un forum d'échange de bons plans est aussi proposé comme outil interactif et de participation des internautes à la communauté du site.

Il a été réalisé en associant six organisations de consommateurs (ALLDC, CNFAL, CNAFC, Familles de France, Orgeco, Indecosa-CGT) et deux fédérations de parents d'élèves (FCPE, Unapel).

Des partenariats de type « échange de liens » et *cobranding* ont été développés avec *Science et Vie Junior*, *Le Monde des ados*, le Sidaction, la Prévention routière et Universcience.

Le site > Ctaconso.fr est également le support du jeu vidéo *Galactor*, premier prix de la meilleure campagne européenne d'information des consommateurs, décerné par la Commission européenne. Il s'adresse notamment aux 16-25 ans afin de les sensibiliser à leurs droits et responsabilités en matière de consommation sur Internet ou via le téléphone mobile.

Stopauxaccidentsquotidiens.fr

Lancé en janvier 2009, le portail > www.stopauxaccidentsquotidiens.fr a été réalisé à l'initiative de six partenaires : la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF), la Direction générale de la santé (DGS), la Commission de la sécurité des consommateurs (CSC), l'Institut national de prévention et d'éducation pour la santé (Inpes), l'Institut de veille sanitaire (InVS) et l'INC, qui en assure la gestion.

www.stopauxaccidentsquotidiens.fr propose des conseils et informations pratiques pour prévenir les accidents de la vie courante (AcVC), suit l'actualité du secteur, relaie les campagnes de sensibilisation conduites par les principaux acteurs de la prévention et rend compte de leurs travaux. Il référence l'ensemble des contenus disponibles sur un risque donné (sous forme de vidéos, de chroniques radio ou d'articles) : actualité, conseils

pratiques, données épidémiologiques, documents de référence, outils pédagogiques, informations réglementaires…

Dispositif central du portail, le moteur de recherche permet à l'internaute d'effectuer sa requête simultanément sur les sites des six partenaires et lui assure ainsi des résultats complets. L'internaute peut effectuer une recherche libre ou utiliser les mots clés qui lui sont proposés dans trois listes déroulantes : « Populations », « Risques » et «Produits/activités ».

Jeconsommeequitable.fr

À la demande des acteurs du commerce équitable et des associations de consommateurs, les pouvoirs publics ont décidé de doter la filière du commerce équitable d'un cadre législatif. La Commission nationale du commerce équitable

(CNCE), dont la première réunion, en mars 2010, a eu pour rôle de reconnaître officiellement les labels afin d'assurer une meilleure transparence auprès du consommateur. Espace d'échange et de réflexion pour les acteurs, elle a également la mission d'informer les consommateurs sur les produits, les filières, les circuits de distribution...
Afin d'accompagner les actions de la CNCE et de rendre compte des actualités du secteur, l'INC a été sollicité par la Direction générale de la compétitivité, de l'industrie et des services (DGCIS) et

je consomme équitable
Le tourisme équitable ?
ça existe !
La mise en œuvre d'une stratégie favorisant une rencontre juste et solidaire entre voyageurs et accueillants et qui place l'homme au centre de la démarche.

le Commissariat général au développement durable (CGDD) pour réaliser un site d'information sur le commerce équitable. > www.jeconsommeequitable.fr/
Il s'agit de sensibiliser les Français à ce nouveau mode de consommation, qui promet une juste rémunération aux producteurs des pays du Sud.

2 ■ 2 ■ 5 Présence dans les médias

L'année 2012 totalise 3 207 reprises presse. Les retombées liées à la parution des mensuels

RÉPARTITION DES RETOMBÉES PRESSE

Thème/support	Nombre de retombées en 2012
Mensuel « 60 »	1 338
« 60 » en général	569
INC	565
Anciens numéros (M et HS)	491
60millions-mag.com	122
Conso.net	72
« Consomag »	35
Hors-série « 60 »	6
Accidents de la vie courante	5
Ctaconso.fr	4
Total	3 207

60 Millions de consommateurs sont de 1 338, elles sont en nette augmentation par rapport à l'an passé (2 479 reprises). Le mensuel de mars s'est placé en tête des reprises de « Faut-il quitter Free ? » (592 retombées), suivi par le mensuel de juillet-août avec le dossier sur les colas et sodas (274 reprises) et le mensuel d'avril sur les déodorants, le prix de l'eau et le sel dans les aliments (258 retombées).
La conférence de presse sur le dossier « Syndic de copropriété » a été largement présentée dans la presse locale et régionale lyonnaise. Les communications réalisées en partenariat avec la fondation France Libertés sur l'eau et son « opération transparence » sur Prixdeleau.fr ont généré de nombreuses retombées presse et un réel intérêt.
Parmi l'ensemble des reprises de l'année 2012, l'INC en comptabilise 565, un bon score par rapport à 2011 (232 reprises).

RÉPARTITION DES RETOMBÉES PRESSE DU MENSUEL *60 MILLIONS DE CONSOMMATEURS* PAR NUMÉRO :

Numéro - Mois	Sujet de couverture	Nombre de retombées
M467 - Janvier 2012	Lessives	32
M468 - Février 2012	Palmarès des syndics	39
M469 - Mars 2012	Faut-il quitter Free ?	592
M470 - Avril 2012	Déodorants	258
M471 - Mai 2012	Crèmes amincissantes	69
M472 - Juin 2012	Huiles d'olive	16
M473 - Juillet-août 2012	Colas et sodas	274
M474 - Septembre 2012	Mutuelles santé	2
M475 - Octobre 2012	Internet	2
M476 - Novembre 2012	Argent bien placé	1
M477 - Décembre 2012	Tablettes et smartphones	53
Total		**1 338**

MENER DES CAMPAGNES D'INFORMATION

ET DES ACTIONS ÉDUCATIVES

3.1 CAMPAGNES D'INFORMATION ET DE PRÉVENTION

Les campagnes d'information et de prévention ont été menées dans le cadre de partenariats.
Chaque opération a fait l'objet d'une communication auprès de la presse et a été relayée sur le site Conso.net.

3.1.1 Prévention des accidents de sports d'hiver

Cette campagne a été menée en partenariat avec Macif Prévention. À cette occasion, trois émissions « Consomag » (des versions de deux minutes pour France Télévisions et de quatre minutes pour Internet) et un dossier de presse vidéo ont été réalisés.
Chaque hiver, le ski alpin rassemble près de 8 millions d'adeptes. Mais l'attrait des pistes ne doit pas faire oublier les risques d'accident. Tous les ans, près de 150 000 personnes se blessent sur les pistes. Quelques précautions simples, un équipement adapté et un comportement civique et responsable permettent de limiter le nombre d'accidents. Compte tenu du nombre de pratiquants, l'INC a mis en œuvre des actions de sensibilisation pour informer les skieurs des bonnes pratiques.
Cette campagne s'est déroulée pendant la période de pic de fréquentation des stations de sports d'hiver, en février 2012. Son objectif était de rappeler les règles élémentaires de sécurité sur les pistes, du port du casque au respect des signalisations en passant par le choix du matériel.

3.1.2 Les allégations environnementales

Cette campagne a été menée en partenariat avec l'Ademe. À cette occasion, cinq émissions « Consomag » (des versions de deux minutes pour France Télévisions et de quatre minutes pour Internet) ont été produites et diffusées en avril 2012.
Qu'est-ce qu'une allégation environnementale ? Que garantit-elle ? L'affichage environnemental permet aux consommateurs d'intégrer le critère environnemental dans leurs choix d'achat et de les sensibiliser au fait que tout produit, qu'il soit manufacturé ou agricole, exerce une pression sur l'environnement.
Cette campagne d'information traitée sous un angle pédagogique et pratique a comme objectif d'éclairer le choix des consommateurs en leur donnant des explications simples et claires sur l'étiquetage environnemental et notamment sur sa signification et sur son mode de délivrance.

3.1.3 La sécurité en mer et sur les plages

Cette campagne a été menée en partenariat avec Les Sauveteurs en mer (SNSM). À cette occasion, quatre émissions « Consomag » (des versions de deux minutes pour France Télévisions et de quatre minutes pour Internet) et un dossier de presse vidéo ont été réalisés et diffusés en juillet 2012.
Partir en vacances à la mer, c'est, pour les uns, le plaisir de naviguer sur un voilier, un bateau à moteur ou encore un kayak. Pour les autres, ce sont les joies de la plage et des jeux aquatiques. Mais, pour tous, le respect de règles élémentaires de prudence s'impose. Sur la plage, le long des côtes ou en haute mer, le respect des consignes de sécurité permet de passer des vacances sans nuages. Cette campagne d'information a délivré des messages de prévention.

3.1.4 Conduire assuré : un geste responsable

Cette campagne a été menée en partenariat avec le Fonds de garantie automobile. À cette occa-

sion, quatre émissions « Consomag » (des versions de deux minutes pour France Télévisions et de quatre minutes pour Internet) et un dossier de presse vidéo ont été produits et diffusés en octobre 2012. Pour rouler en toute sécurité, il est important de s'assurer, à la fois pour se protéger et protéger les autres en cas d'accident. Mais connaît-on toutes les règles en matière d'assurance automobile ? L'INC et le Fonds de garantie automobile se sont mobilisés pour informer les conducteurs sur les dangers de la non-assurance : « Conduire assuré, un geste responsable ».

3 ■ 1 ■ 5 Incendies domestiques : la prévention au quotidien

Cette campagne a été menée en partenariat avec Macif Prévention. À cette occasion, trois émissions « Consomag » (des versions de deux minutes pour France Télévisions et de quatre minutes pour Internet) et un dossier de presse vidéo ont été produits et diffusés en octobre 2012.

Les incendies domestiques représentent 250 000 sinistres et font 100 000 victimes chaque année. En quelques minutes, un feu peut anéantir une maison. La plupart des drames pourraient être évités grâce à des gestes simples. L'INC et Macif Prévention se sont mobilisés pour rappeler au grand public quelques mesures de précaution pour prévenir les incendies domestiques.

3 ■ 1 ■ 6 Énergie : faites jouer la concurrence

Cette campagne a été menée en partenariat avec le médiateur national de l'énergie. À cette occasion, cinq émissions « Consomag » (des versions de deux minutes pour France Télévisions et de quatre minutes pour Internet), un dossier de presse vidéo et un dossier de presse audio ont été produits et diffusés en novembre 2012.

Depuis l'ouverture à la concurrence des marchés de l'énergie, les consommateurs sont libres de choisir leurs fournisseurs de gaz et d'électricité. Entre les différentes offres et les démarches à suivre en cas de réclamation, il n'est pas facile de s'y retrouver. Cette campagne permet de mieux comprendre le fonctionnement des marchés, quels en sont les acteurs, comment choisir l'offre la plus adaptée à ses besoins et réagir en cas de problème.

3 ■ 1 ■ 7 Investir son argent : quels réflexes adopter ?

Cette campagne a été menée en partenariat avec l'Autorité des marchés financiers (AMF). À cette occasion, cinq émissions « Consomag » (des versions de deux minutes pour France Télévisions et de quatre minutes pour Internet) ont été produites et diffusées en décembre 2012.

25 % des Français et plus de 30 % des jeunes estiment qu'il est possible pour un produit financier d'être très rentable et non risqué. Sur les neuf premiers mois de l'année 2012, 50 % des nouvelles publicités, en majorité diffusées sur Internet, vantaient le potentiel de produits risqués. Avant d'investir son argent, il est donc essentiel de se poser les bonnes questions. L'AMF et l'INC ont fait le point et informé les consommateurs.

3 ■ 1 ■ 8 Les soldes

Cette campagne a été menée en partenariat avec l'Autorité de régulation des professionnels de la publicité (ARPP). À cette occasion, cinq messages radio de quarante secondes ont été produits et multidiffusés à partir du 26 décembre 2012.

Cette campagne sur le thème des « soldes » a apporté des conseils pratiques et utiles aux consommateurs sur « Comment identifier les produits soldés ? », « Peut-on échanger un produit soldé ou être remboursé ? », « Quelles garanties sur les produits soldés ? », « Les soldes sur Internet : ce qu'il faut savoir » ou encore « Comment réussir ses soldes ? ».

Les messages ont été définis par un groupe de travail constitué au sein du Conseil paritaire de la publicité (CPP), instance associée à l'ARPP et regroupant des représentants des professionnels des médias, dont le Bureau de la radio, des annonceurs, des agences de communication, des régies publicitaires, des associations de consommateurs et environnementales membres du CPP, ainsi que l'ARPP pour le compte de ses administrateurs et l'INC. Ils ont été diffusés sur toutes les radios privées qui dépendent du Bureau de la radio.

3 ■ 1 ■ 9 Le prix de l'eau

- Le 21 mars 2012, *60 Millions de consommateurs* et la fondation France Libertés ont présenté le premier bilan de la grande enquête collaborative « Prix de l'eau : opération transparence » lancée en mars 2011. Près de 10 000 consommateurs se sont inscrits sur le site Prixdeleau.fr pour participer à cette vaste enquête. L'analyse des 4 000 factures exploitables révèle que l'abonné au service de l'eau n'est pas toujours en mesure de savoir ce pour quoi il paie. Les factures sont illisibles, certains intitulés sont incompréhensibles, les dates sont parfois incohérentes et les tranches tarifaires, non précisées.
- Le 3 juillet 2012, *60 Millions de consommateurs* et la fondation France Libertés ont lancé la deuxième étape de l'« opération transparence », une grande enquête collaborative sur la qualité de l'eau, lors d'une conférence de presse. Cette enquête s'appuie sur la participation des citoyens, qui constitueront un réseau de « lanceurs d'alerte » dans chaque département. Elle a pour objectif d'établir en temps réel une carte des dérogations faites aux limites de la qualité de l'eau en France. En clair, une carte des dérogations qui permettent de continuer à distribuer une eau ne respectant pas les normes sanitaires !

3 ■ 1 ■ 10 Les syndics de copropriété

Dans le cadre du dossier du mensuel de février consacré aux syndics de copropriété, « Le palmarès des syndics de copropriété : comment trouver la perle rare ? », l'INC a organisé une conférence de presse le 24 janvier 2012, à Lyon. Le hors-série de mars-avril portait également sur ce sujet : « Copropriété : mode d'emploi ».

3 ■ 1 ■ 11 Logement : les bâtiments « basse consommation »

L'Agence qualité construction (AQC) et l'INC ont mené une campagne d'information sur les bâtiments basse consommation (BBC) afin d'expliquer aux occupants comment profiter au mieux des avantages de ce nouveau type de construction conçu pour consommer peu d'énergie et apporter un plus grand confort thermique.
Le guide pratique « Bâtiment basse consommation : profiter au mieux de votre logement économe en énergie », réalisé avec le concours des principaux acteurs du secteur, explique aux particuliers comment utiliser les fonctionnalités spécifiques des logements BBC et optimiser leurs performances.
Téléchargeable sur le site Conso.net et sur celui de l'AQC (www.qualiteconstruction.com), il est également disponible auprès des antennes départementales de l'Agence nationale d'information sur le logement (Adil).

3 ■ 1 ■ 12 Salon des services à la personne

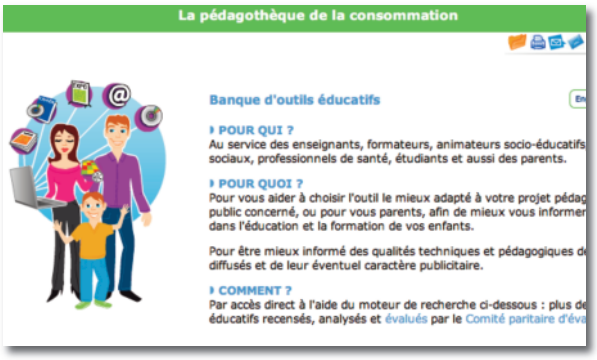
Dans le cadre de ses travaux menés en partenariat avec Handéo, enseigne nationale des services à la personne (voir page 18), l'INC a participé, pour la deuxième année consécutive, au Salon des services à la personne. Celui-ci s'est tenu entre le 29 novembre et le 1er décembre 2012 à Paris.

L'animation du stand situé dans le Village de l'autonomie a permis de sensibiliser les visiteurs à la démarche d'amélioration de la commodité d'emploi des équipements de la maison par les personnes en situation de handicap.

3 ■ 2 ACTIONS ÉDUCATIVES

3 ■ 2 ■ 1 Pédagothèque

Au 31 décembre 2012, la pédagothèque recensait 821 outils pédagogiques. Ce chiffre tient compte des nouveaux outils apparus dans l'année et des outils archivés en raison de leur obsolescence ou du fait de l'arrêt de leur diffusion. La part des outils produits par les entreprises ou les syndi-


La pédagothèque de la consommation
Banque d'outils éducatifs
POUR QUI ?
Au service des enseignants, formateurs, animateurs socio-éducatifs sociaux, professionnels de santé, étudiants et aussi des parents.
POUR QUOI ?
Pour vous aider à choisir l'outil le mieux adapté à votre projet pédag public concerné, ou pour vous parents, afin de mieux vous informer dans l'éducation et la formation de vos enfants.
Pour être mieux informé des qualités techniques et pédagogiques d diffusés et de leur éventuel caractère publicitaire.
COMMENT ?
Par accès direct à l'aide du moteur de recherche ci-dessous : plus de éducatifs recensés, analysés et évalués par le Comité paritaire d'éva

cats professionnels représente un peu plus de la moitié du total de la base (55 %), alors que les outils produits par les associations ou encore les collectivités et administrations publiques portent sur une part équivalente, c'est-à-dire de l'ordre de 20 %.

Le Comité paritaire d'évaluation des outils pédagogiques s'est réuni à six reprises en 2012 et a évalué 130 outils pédagogiques portant sur les différents champs de la consommation.

Il se compose de représentants :

- des organisations de consommateurs issus de l'Adéic, de la CNAFC, de Familles de France et de Familles rurales ;
- des professionnels issus de l'Ania, de Ferrero, de Finances et Pédagogie et de Junium ;
- de la DGCCRF (secrétariat général du GIC-CNC).

3 ■ 2 ■ 2 Espace éducation sur Conso.net

Outre la pédagothèque et son moteur de recherche, cet espace Web a développé l'information mise à disposition des internautes tant dans ses rubriques ciblées, telles que l'éducation à la consommation responsable et au développement durable avec la « mallette pédagogique », des ressources vidéo éducatives avec les films du concours Perl, la sécurité alimentaire avec les quiz « Des clics et des clacs », la sécurité domestique avec l'outil ludo-éducatif « Théo et Léa », l'éducation à la santé avec le kit pédagogique sur l'eau « Clara et Noé », l'éducation financière notamment en lien avec le projet européen Dolceta/Consumer

PÉDAGOTHÈQUE

Thèmes	Ensemble des documents	
	Nombre	% selon total
Alimentation-agriculture	107	13 %
Banque-argent-assurance	82	10 %
Communication-publicité	24	3 %
Consumérisme	66	8 %
Droit-justice	39	5 %
Éducation-société	99	12 %
Environnement-énergie-développement durable	144	18 %
Logement	23	3 %
Santé	137	17 %
Sécurité domestique	55	7 %
Transports	35	4 %
Total au 31/12/2012	**821**	**100 %**

Classroom, l'éducation au développement solidaire via le projet européen Lola (Looking for Likely Alternatives), que dans la rubrique documentaire dédiée aux textes sur l'éducation à la consommation (rapports, avis, circulaires et notes de synthèse du CNC, de l'ARPP, du ministère de l'Éducation nationale, etc.).

En 2012, l'Espace éducation a été visité par plus de 230 000 internautes, dont 62 157 uniquement sur le moteur de recherche de la pédagothèque.

La newsletter Édu-Conso Actu

Elle compte 5 900 abonnés gratuits et fait état du suivi de l'actualité sur les questions d'éducation à la consommation et au développement durable. Elle est recommandée par près de 90 % des abonnés comme source d'informations utiles et pertinentes.

> www.conso.net/education.htm

3 ■ 2 ■ 3 Concours « Jeunes testeurs » 2011-2012

Le concours « Jeunes testeurs » propose aux collégiens, aux lycéens et aux apprentis de tester seuls ou en groupes le produit ou le service de leur choix selon leurs critères. Le concours a pour objectif de les initier à une démarche scientifique (de l'hypothèse à l'interprétation des résultats), de leur permettre d'acquérir un sens critique face aux produits et services et de valoriser des initiatives citoyennes. La première édition a été lancée par l'INC en 2007.

L'édition 2011-2012 s'est déroulée avec le soutien d'Universcience, du Laboratoire national de métrologie et d'essais (LNE), des mensuels *Science et Vie Junior* et *Le Monde des ados*.

Le jury, présidé par le directeur de l'INC et constitué d'un représentant de chaque partenaire, de l'organisation de consommateurs Adéic, du Centre européen des consommateurs France, du centre d'essais de l'INC, du magazine *60 Millions de consommateurs*, s'est réuni en juin 2012 pour récompenser les meilleurs projets.

514 jeunes de 12 ans à 19 ans ont participé cette année au concours organisé par l'Institut national de la consommation. Les testeurs ont fait preuve d'imagination et de sens critique. La diversité des sujets et la richesse des critères d'essai expriment leur forte implication dans la réalisation des tests. La majorité des participants sont des collégiens et des lycéens accompagnés par leur professeur.

– 1ère place - les colles : odeur, temps de séchage, efficacité pour la fixation, prix

Dossier présenté par les jeunes de l'atelier scientifique du collège Montaigne à Dompaire (88).

– 2ème place - les gants en latex : résistance, étanchéité, tolérance aux produits acides ou basiques, sensibilité, prix

Dossier présenté par les élèves de troisième du collège Cabasse à Roquebrune-sur-Argens (83).

– 3ème place - les pasta box : qualité d'usage, quantité de sel, qualités nutritionnelle et gustative, prix

Dossier présenté par les élèves de la classe de seconde conseil-vente du lycée professionnel agricole et viticole d'Orange (84).

Les dotations attribuées aux gagnants sont de 1 000 € pour la 1re place, de 500 € pour la 2e et de 250 € pour la 3e. Également partagés entre les lauréats et les sept équipes candidates dont les tests ont été sélectionnés par le jury : 10 abonnements individuels d'un an à *Science et Vie Junior*, 10 abonnements individuels d'un an au *Monde des ados*, 25 chèques-lire d'une valeur de 10 € chacun.

Tous les résultats et informations sur le concours « Jeunes testeurs » figurent sur le site :

> www.ctaconso.fr/concoursjeunestesteurs.html

3 ■ 2 ■ 4 « Théo et Léa, une journée à la maison » : en 10 langues !

Depuis sa mise en ligne, en mai 2004, cet espace Internet ludo-éducatif de prévention des accidents domestiques chez l'enfant rencontre un vif succès tant auprès des utilisateurs que des médias ou des institutionnels.

Le jeu a passé les frontières de l'Espagne, s'intitulant « *Teo y Bea, un dia en casa* », grâce au ministère espagnol de la Santé et de la Consommation, qui a chargé l'INC espagnol de faire la traduction et l'adaptation de la version française dans sept langues parlées en Espagne, dont les quatre langues officielles : castillan, catalan, basque, galicien, plus andalou, aragonais, canarien.

En France, le CTRC corse a assuré l'adaptation du jeu en langue corse. Cette version corse a été diffusée, sous le titre « *Theo è Lea, una ghiurnata in casa* », via un DVD à toutes les écoles maternelles et primaires bilingues. Elle a été réalisée en partenariat avec les associations de consommateurs de la région : Afoc 2B, Adéic 2B, CNL 2A, Indecosa-CGT 2A, UFC 2A, et avec l'aide de la collectivité territoriale de Corse (CTC), de la Direction régionale de la consommation, de la concurrence et de la répression des fraudes de Corse (DRCCRF) et du groupement régional de santé publique de Corse (GRSP).

En 2012, le jeu a été adapté au Portugal par la Direction générale des consommateurs du ministère portugais de l'Économie, de l'Innovation et du Développement. Ainsi, « *Teo e Lia, un dia em casa* » est proposé en ligne sur le portail portugais de la consommation.

> www.conso.net/theolea.htm

3 ■ 2 ■ 5 Nouvelle mallette pédagogique « Le développement durable et moi : la consommation responsable »

L'INC s'est associé à la réalisation de cet outil avec la fédération des Yvelines de la Ligue de l'enseignement, la fédération Artisans du monde, Max Havelaar France, Survival France, FSC France, Écophylle et l'association e-graine, coordinateur du développement de la mallette.

Il s'agit d'offrir aux professionnels de l'éducation un support ludique pour la mise en place de séances de sensibilisation auprès des enfants du cycle 3, de sixième et de cinquième (de 8 à 12 ans) sur le thème de la consommation responsable.

La mallette « Le développement durable et moi : la consommation responsable » constitue un kit pédagogique complet comprenant notamment un tableau de correspondance des contenus avec les programmes scolaires de l'Éducation nationale (socle commun des connaissances et des compétences), un film documentaire de vingt-six minutes pour partir à la découverte des enjeux de la consommation, un quiz pour tester la compréhension et faire réagir les enfants dans le cadre d'un débat, ainsi que de 29 fiches pédagogiques (dossiers, animations, projets) pour consolider et approfondir les connaissances abordées dans le documentaire. Le tout est intégré dans un boitier DVD diffusé via l'association e-graine.

>www.conso.net/page/bases.6_education.21_mallette-_education_a_la_consommation_responsable

APPORTER UN APPUI TECHNIQUE

Commission de la Médiation de la Consommation
Extranet
Accueil
Qui sommes-nous ?
Actualités
Documents
Charte
Médiateurs référencés
La médiation
COMMISSION DE LA SÉCURITÉ DES CONSOMMATEURS
> ALERTER LA COMMISSION
> RECEVOIR LA LETTRE DE LA CSC
LA CSC
ACTUALITÉS
FICHES DE PRÉVENTION
AVIS
PUBLICATIONS
PRESSE
CYCLISTES,
PORTEZ UN CASQUE !
Commission des clauses abusives
Bienvenue sur www.clauses-abusives.fr
Version 3.6
Bienvenue sur le site Internet de la Commission des clauses abusives. Ce site donne accès aux recommandations et avis de la Commissionrelatifs aux clauses abusives insérées dans les contrats conclus entre professionnels et consommateurs.
Actualités
18/04/2013 - Un avis relatif à un contrat de location de véhicule automobile NOUVEAU
28/03/2013 - Le rapport d'activité pour 2012
28/03/2013 - Les statistiques de consultation du site pour 2012
12/03/2013 - De la jurisprudence (ajout de 7 décisions)
Archives / Publications / Colloque du trentenaire
Activité du site
Remerciements

À LA COMMISSION DE LA SÉCURITÉ DES CONSOMMATEURS, À LA COMMISSION DES CLAUSES ABUSIVES ET À LA COMMISSION DE LA MÉDIATION DE LA CONSOMMATION

Conformément au décret n° 2010-1221 du 18 octobre 2010, l'INC apporte son support aux trois commissions tant sur le plan de l'ordonnancement et du paiement des dépenses que sur le plan technique.

Commission de la sécurité des consommateurs (CSC)

(Voir le résumé du rapport d'activité en annexe 4.)
Initiée en 2010, la prise en charge des missions de communication de la CSC s'est poursuivie :
- lettre bimestrielle : conception, rédaction et suivi de la réalisation des six numéros 2012 ;
- relations presse sur les quatre avis rendus en 2012 et sur les résultats des travaux du projet européen « Tools to Address Childhood Trauma, Injury and Children's Safety » (Tactics) dont la CSC est partenaire ;
- alimentation régulière du site Internet www.securiteconso.org et gestion des aspects techniques avec l'hébergeur.

Par ailleurs, l'INC a mené le projet de refonte de l'identité visuelle de la commission et de ses outils de communication : sa lettre d'information et son site Internet. Il a apporté son expertise et son appui en matière éditoriale, graphique, technique et informatique.

Commission de clauses abusives (CCA)

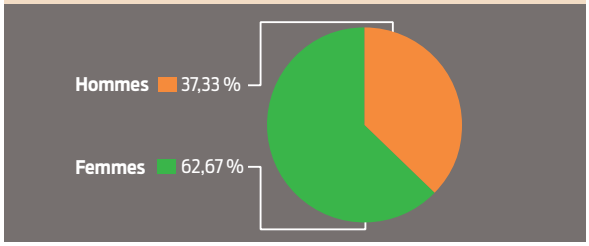
(Voir le résumé du rapport d'activité en annexe 5.)
Les réunions de la CCA ont lieu dans les locaux de l'INC.
Le chef du service des études juridiques, économiques et de la documentation de l'INC assure les fonctions de secrétaire de la commission.

Commission de la médiation de la consommation (CMC)

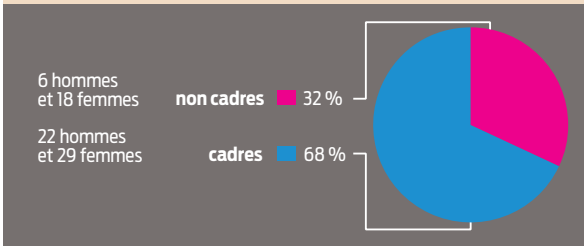
(Voir le résumé du rapport d'activité en annexe 6.)
Les réunions de la commission ont lieu dans les locaux de l'INC, qui participe aux travaux du groupe « Développement et promotion de la médiation ».
L'INC a apporté des évolutions graphiques au site Web de la commission, désormais hébergé sur le serveur Web de l'INC. Son ergonomie a été améliorée et de nouvelles rubriques ont été créées.

FONCTIONNEMENT INTERNE

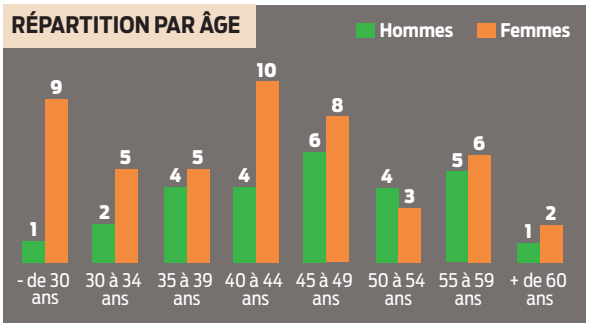
RÉPARTITION PAR SEXE
(Salariés inscrits à l'effectif au 31 déc. 2012)



RÉPARTITION PAR STATUTS (
Salariés inscrits à l'effectif au 31 déc. 2012)



RÉPARTITION PAR ÂGE



Indicateurs sociaux

75 salariés

Au 31 décembre 2012, 75 salariés sont inscrits à l'effectif, 72 sous contrat à durée indéterminée et 3 sous contrat à durée déterminée. Cet effectif représente 70,40 personnes en équivalent temps plein. 12 personnes travaillent à temps partiel, soit 16 % de l'effectif (2 hommes et 10 femmes ; 7 cadres et 5 non-cadres).

Turnover

9 salariés ont été recrutés en 2012 :

- 4 personnes en contrat à durée indéterminée : un ingénieur, une directrice générale, une chargée de la gestion des abonnements, une chargée de mission institutionnel et territorial ;
- 5 personnes en contrat à durée déterminée : une responsable photo, une reporter, un ingénieur, une assistante du secrétariat général, une assistante communication et marketing.

7 personnes ont quitté l'établissement durant l'année : 2 contrats à durée déterminée ont pris fin, 2 salariés en contrat à durée indéterminée ont démissionné, 2 salariés ont pris leur retraite, un salarié a mis fin à son détachement.

Il s'ensuit un turnover, nombre de départs/effectif permanent au 31 décembre 2012, de 9,33 %.

Rémunération

La valeur du point est passée à 10,00 €, le 1er août 2012 (9,84 € antérieurement). Le salaire mensuel moyen ressort à 3 185 € (salaire indiciaire + prime d'ancienneté) pour un travail à temps complet. Il est réglé sur 13 mois. Par catégorie, il est égal à :

- salaire moyen cadres : 3 627 € sur 13 mois ;
- salaire moyen non-cadres : 2 246 € sur 13 mois.

Formation professionnelle continue

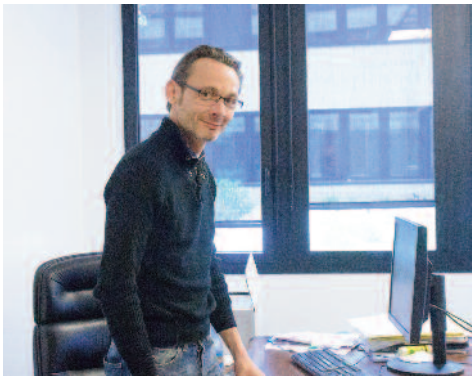
33 femmes et 11 hommes (30 cadres et 14 non-cadres), soit 61 % de l'effectif en CDI, ont bénéficié d'une formation au cours des 18 stages organisés durant l'année 2012.

12 formations individuelles ont été organisées (Flash, Photoshop, community management, rédiger des accroches percutantes, lobbying européen et multilatéral...).

ANCIENNETÉ MOYENNE : 10,80 ANS	
Hommes	12,96 ans
Femmes	9,51 ans
Cadres	10,71 ans
Non-cadres	11,00 ans

ÂGE MOYEN DES SALARIÉS : 43,44 ANS	
Hommes	46,00 ans
Femmes	42,00 ans
Cadres	43,27 ans
Non-cadres	43,79 ans

RÉPARTITION DES TEMPS PARTIELS AU 31/12/2012	
80 % 7 femmes	4 cadres - 3 non-cadres
70 % 1 femme	1 non-cadre
60 % 1 homme	1 cadre
50 % 2 femmes - 1 homme	2 cadres - 1 non-cadre



6 formations en groupe ont aussi été réalisées dans le cadre du développement des compétences collectives. Une formation « Rédiger pour le Web », une formation au logiciel de gestion documentaire et une formation bureautique Excel de niveau 1 et 2, et une initiation aux premiers secours et à la sécurité incendie ont été dispensées dans nos locaux. Des formations personnelles ont été suivies dans le cadre du DIF par 3 salariés. Un bilan de compétence a été effectué par un salarié.

Le coût de l'ensemble de ces actions ressort à 59 417 € (frais pédagogiques + salaires et charges sociales), soit 1,89 % de la masse salariale, auxquels s'ajoutent les cotisations obligatoires de financement de la professionnalisation (0,617 % de la masse salariale) et de financement du CIF (0,20 %). La participation au développement de la formation continue représente ainsi un total de 2,83 % de la masse salariale, pour une dépense obligatoire de 1,6 %.

Renouvellement des instances représentatives du personnel

Le mandat des délégués du personnel, membres du comité d'entreprise constituant la délégation unique, arrivant à échéance, et conformément à la législation en vigueur, de nouvelles élections ont été organisées en octobre 2012.

Renouvellement de l'accord sur les droits d'auteur

Conformément aux dispositions de la loi n° 2009-669 du 12 juin 2009, dite loi Hadopi, un nouvel accord, se substituant à la convention du 17 octobre 2001, a été signé le 21 décembre 2012 afin de déterminer les conditions d'exploitation des droits de propriété intellectuelle sur les œuvres créées par les auteurs dans le cadre de leur contribution à la publication du titre de presse.

Démarche qualité du centre d'essais

Le service technique s'inscrit dans une démarche de progrès et d'amélioration de la qualité de ses travaux.

Après avoir mis en place au cours des années précédentes avec les services généraux une traçabilité fine de l'ensemble des matériels achetés pour les essais et après avoir mis en place une formalisation des procédures de choix de programmes d'essais et de réalisation des essais, le service technique a mis en place en 2012 de nouveaux outils pour la logistique des essais comparatifs de produits et de services : tableau de bord du réseau de laboratoires prestataires avec évaluation après chaque essai des services rendus, tableau de bord partagé avec la rédaction pour l'organisation des prises de vue de produits ou en laboratoire pour la publication de *60 Millions de consommateurs*, informatisation et archivage électronique de tous les courriers d'échange avec les industriels, organisation avec les autres services de l'INC de mini-séminaires pour mieux anticiper les angles d'essai et les plans de communication de l'INC.

ANNEXES

ANNEXE 1 : PARTENARIATS RÉALISÉS EN 2012

PARTENARIATS RÉALISÉS EN 2012

TYPE	OBJET	PARTENAIRE
Communication et prévention	Étiquetage environnemental et labels écologiques	Ademe
	Sécurité en mer et sur les plages	Société nationale de sauvetage en mer (SNSM)
	Prévention des incendies domestiques	Macif Prévention
	Marché de l'énergie	Médiateur national de l'énergie
	Les risques en cas de non-assurance automobile	Fonds de garantie
	Bâtiment basse consommation (BBC)	Agence qualité construction (AQC)
	Le sel dans les produits alimentaires	Anses
	Consommation responsable	e-graine (UE)
	Le Forex et les produits financiers	Autorité des marchés financiers (AMF)
	Les soldes	Autorité de régulation professionnelle de la publicité (ARPP)
Études	Étude qualitative sur la perception et les attentes des consommateurs sur le compteur communiquant	Médiateur national de l'énergie (MNE)
	Étude sur les non-assurés automobile	Fonds de garantie
	Convention Codia : projet de recherche avec le Gret et des laboratoires Inra et universités sur les circuits courts (alimentation)	Casdar
	Participation au comité de pilotage d'un projet université Paris-Sud/CTRC Île-de-France sur le traitement des plaintes de consommateurs	Picri
	Étude sur la perception et l'acceptation par les consommateurs des services et offres de téléphonie mobile	Fédération française des télécoms (FFT)
Essais	Le sel dans les produits alimentaires	Anses
	Les emballages des produits	Ademe
	Les pesticides dans le vin	Profilomic
	Systèmes de guidage nutritionnel	
	Fonds français de l'alimentation pour la santé	
	Pneus	Ademe
	L'envoi de petits colis par La Poste	Arcep
	Le rachat d'or	Crédit municipal
	La commodité d'emploi des produits d'équipement de la maison par les personnes en situation de handicap. Trois essais : fours micro-ondes, lave-vaisselle et liseuses numériques	Handéo
	Bâtiment basse consommation (BBC)	Agence qualité construction (AQC)
Formation-éducation	Formation magistrats	École nationale de la magistrature
	Programme européen d'e-learning	Dolceta (UE)
	Participation aux réunions et travaux du réseau européen sur l'éducation au consommateur	Perl 2(Partnership for Education and Research about Responsible Living – UE)
Journal rédactionnel	Analyse de la qualité de l'eau	France Libertés
	Publication hebdomadaire d'un article de « 60 »	*Paris Normandie*
	Participation à l'émission « C notre affaire »	France 5
	Participation à l'émission « Service public »	France Inter
	Publication mensuelle d'un essai comparatif adapté aux jeunes	*Science et Vie Junior*
Autres	Mission d'experts	Jumelage Tunisie (UE)
	Convention d'aide à la participation des OC aux travaux de normalisation internationaux	Squalpi DGCIS
	Participation à la maintenance et aux contenus du site. Réalisation étude « chocolat équitable »	Site Je consomme équitable (DGCIS-CGDD)

ANNEXE 2 : LISTE DU PERSONNEL AU 31 DÉCEMBRE 2012

Direction générale

Fabienne CHOL • Directrice générale
Isabelle DUBUARD

Pôle Communication, éducation et développement

Fabienne CHOL • Coordonnatrice du pôle

Projets et partenariats
Jean-Pierre LOISEL

Éducation et formation
Christophe BERNES
Hélène EGGERT

Communication et presse
Anne-Juliette REISSIER
Armelle MADELAINE
Bettina BAIS

Internet
Catherine BUSCHINI
Véronique GIRONDIN

Direction financière et contrôle de gestion

Jean-François ANDREOLETTI • Directeur financier
Patricia CHASSINAT
Véronique LOYAU

Secrétariat général

Yvan PAVIS • Secrétaire général
Monique SI AMER

Gestion des ressources humaines
Perrine DUJARRIER

Services généraux et courrier
Pascal DUCY
Francis LEBAS

Accueil
Hélène EGGERT
Annick VALENTINI
Julien ZING

CTRC
Sonia TEISSEIRE

Agence comptable

Brigitte HEILMANN • Agent comptable
Joël PINEL

Pôle juridique, économique et documentation

Jean-Marc GRANIER • Responsable du service
Patricia FOUCHER
Laurine CARACCHIOLI
Françoise HEBERT-WIMART
Corinne LAMOUSSIERE-POUVREAU
Sarah LESPINASSE
Emmanuel MASSET-DENEVRE
Virginie POTIRON
Stéphanie TRUQUIN
Nicole WATKIN
Emily ANGELOPOULOS
Fabrice COISCAUD
Alain-Henri DUVAL
Catherine GARNIER
Françoise MERTEN

Pôle technique

Christian DE THUIN• Responsable du service
Charles BABIN
Anne-Laure BEQUET
Sidney FLAMENT-ORTUN
Marie-Cécile JACQUOT
Olivier FRIQUET
Southavilay KINGSADA
Thierry MARTIN
Soline PINET
Ariane SANPARA
Amandine ROUJAS
Claire WALLAERT

Pôle Activités de presse

Marie-Jeanne HUSSET• Directrice du pôle

Rédaction
Marie-Jeanne HUSSET • Directrice de la rédaction
Thomas LAURENCEAU • Rédacteur en chef
Patricia CHAIROPOULOS
Matthieu CROCQ
Benjamin DOURIEZ
Martine FEDOR
Brigitte GLASS
Gilles GODARD
Fanny GUIBERT
Michèle HELINE
Valérie LEFEUVRE
Fabienne LOISEAU
Bertrand LOISEAUX
Lionel MAUGAIN
Victoire N'SONDE
Jean-Jacques NERDENNE
Florent POMMIER
Guillaume STEUDLER
Véronique TOURAILLE
Kadidia TRAORE
Jocelyne VANDELLOS

Service commercial
William TETREL• Responsable du service
Chloé LEROI
Franck MOTTET
Gilles TAILLIANDIER

ANNEXE 3 : CONSEIL D'ADMINISTRATION INC 2012

COMPOSITION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

EN QUALITÉ DE REPRÉSENTANTS DES CONSOMMATEURS ET USAGERS :

M. Claude BOISSEAU - (CNAFC)
Mme Elsa COHEN - (CSF)
M. Claude DOUARE - (Adéic)
Mme Valérie GERVAIS - (Afoc)
Mme Chantal JANNET - (Familles rurales) - vice-présidente

EN QUALITÉ DE REPRÉSENTANTS DE L'ÉTAT :

M. Francis AMAND - Président du CA, Contrôle général économique et financier
M. Alain BODON - Inspection générale des finances
M. Pierre BRUNHES - Direction générale de la compétitivité, de l'industrie et des services
Mme Anna LAURENT - Direction générale de l'enseignement scolaire
M. Fabrice LENGLART - INSEE

EN QUALITÉ DE REPRÉSENTANTS ÉLUS PAR LE PERSONNEL DE L'INC :

Mme Martine FEDOR
M. Lionel MAUGAIN

EN QUALITÉ DE PERSONNALITÉS QUALIFIÉES :

M. Loïc ARMAND - Représentant du collège des professionnels du CNC
Mme Françoise KAMARA - Présidente de la CCA
M. Luc MACHARD - Président de la CSC
Mme Hélène SERVEILLE - Ingénieure des Mines
Mme Elyane ZARINE - Présidente de la CMC

Le commissaire du Gouvernement, Nathalie HOMOBONO, représentée par Pascal LOSTE, le membre du corps du contrôle général économique et financier, Renaud GACE, la directrice générale de l'INC, Fabienne CHOL, l'agent comptable, Brigitte HEILMANN et le secrétaire du comité d'entreprise, Emmanuel MASSET-DENEVRE, assistent aux séances du conseil d'administration avec voix consultative.

Réunions conseils d'administration :

- jeudi 5 avril 2012
- jeudi 21 juin 2012
- jeudi 4 octobre 2012
- mercredi 5 décembre 2012

Réunions groupes de travail « Développement des ressources du magazine » :

- jeudi 27 septembre 2012
- vendredi 9 novembre 2012

ANNEXE 4 : RAPPORT D'ACTIVITÉ 2012 DE LA COMMISSION DE LA SÉCURITÉ DES CONSOMMATEURS (CSC)

I. PRINCIPALES STATISTIQUES D'ACTIVITÉ

A. AFFAIRES ENREGISTRÉES

En 2012, la commission a enregistré 51 saisines dont 48 au titre de l'article L. 534-6 du Code de la consommation (saisine par toute personne physique ou morale), parmi lesquelles 2 saisines d'office, et 3 au titre de l'article L. 221-3 de ce même code qui concernent une demande d'avis sur un projet de décret pris en Conseil d'État. La majorité des saisines concernait le mobilier (13), les sports et loisirs (11) et les équipements collectifs (9).

B. AVIS RENDUS

La CSC a rendu, en 2012, 7 avis dont 3 sur projet de décret, l'un relatif à la liste des usages spécifiques autorisés pour les appareils à laser sortant (mars 2012), l'autre concernant la mise à disposition du public de certains des appareils de bronzage utilisant des rayonnements ultraviolets artificiels (mai 2012), le dernier, enfin, visant à corriger des erreurs matérielles, à adapter certains intitulés et à abroger des décrets pris en application du Code de la consommation (décembre 2012).

C. COMMUNIQUÉS

Elle a, en outre, diffusé 5 communiqués de presse pour alerter les consommateurs sur la sécurité des tapis de caisse des magasins (30 janvier 2012), des appareils de chauffage (26 avril 2012), des tables à repasser (31 mai 2012), des bulles géantes gonflables (3 juillet 2012) et des porte-vélos (19 novembre 2012).

D. CLASSEMENTS SANS SUITE

Par ailleurs, 47 requêtes ont été classées sans suite dans la mesure où la commission avait déjà émis un avis sur un sujet analogue et dont le suivi relève, dès lors, de la compétence du commissaire du gouvernement.

E. INFORMATIONS INDIVIDUELLES

Outre le traitement des requêtes qui font l'objet d'un enregistrement, la commission répond aux demandes des particuliers ou des associations – plus de 48 lettres et 210 courriels en 2012 – et leur fournit des renseignements concernant la sécurité de leur vie quotidienne.

II. LES AVIS ADOPTÉS POUR AMÉLIORER LA SÉCURITÉ DES PRODUITS ET DES SERVICES

En 2012, malgré des moyens réduits à leur niveau d'étiage, la commission a rendu 4 avis sur des sujets très variés qui illustrent bien son très large champ de compétence, qui couvre notamment l'équipement domestique, les loisirs et les transports.

Dans un avis relatif aux risques de brûlures par contact avec des appareils de chauffage domestique (mars 2012), qui concerne en particulier les appareils dont la fonction de chauffe est secondaire ou masquée (sèche-serviettes chromés ou miroirs chauffants), la commission recommande de mieux concilier chaleur et sécurité pour réduire les risques de brûlures liés au contact avec ces appareils. La CSC invite ainsi les consommateurs à privilégier l'achat de produits dont les surfaces accessibles ne présentent pas de risques de brûlures et, dans le cas contraire, à les équiper de grilles de protection. L'analyse de la réglementation et des normes en vigueur mettant par ailleurs en évidence d'importantes failles de sécurité, la commission demande aux pouvoirs publics d'imposer un marquage à la fois visible, lisible et indélébile indiquant la température maximale que les parois de l'appareil peuvent atteindre. Elle sou-

ligne enfin le rôle essentiel des distributeurs et des installateurs, à qui il revient d'informer les consommateurs sur les risques de brûlures liés à l'utilisation des radiateurs.

En avril 2012, la CSC a rendu un avis sur la sécurité des tables à repasser qui met en évidence leur instabilité, des problèmes de conception ou de dysfonctionnement du mécanisme de fixation du plateau, ou encore le poids trop lourd de la centrale vapeur posée sur le plateau. En effet, si les fabricants sont tenus de vérifier la stabilité des tables, leur résistance aux charges et leurs finitions avant la mise sur le marché, ils n'ont pas en revanche l'obligation de tester la fiabilité des systèmes de réglage en hauteur et de (dé)verrouillage. La commission insiste donc sur la nécessité d'effectuer les indispensables contrôles afin que la sécurité de ces équipements soit vérifiée, et d'engager des travaux de normalisation pour fixer des obligations de sécurité, notamment sur l'efficacité des systèmes de réglage. Enfin, la CSC invite les distributeurs et les importateurs à imposer à leurs fournisseurs des cahiers des charges plus stricts et recommande aux fabricants de joindre au produit une notice d'utilisation.

Soucieuse de varier son champ d'investigation et d'adapter ses travaux aux nouvelles tendances de consommation, la CSC s'est intéressée à la sécurité des bulles géantes gonflables, dans lesquelles une ou plusieurs personnes peuvent se glisser, et qui permettent d'avancer sur l'eau ou sur terre (avis relatif aux bulles gonflables et autres structures gonflables mobiles sur terre ou en milieu aquatique, juillet 2012). L'enquête de terrain ayant mis en évidence de graves lacunes, notamment en matière de consignes de sécurité, la CSC a demandé aux pouvoirs publics de vérifier que les utilisateurs sont correctement informés des risques inhérents à l'utilisation de ces produits, et a souligné le rôle central des exploitants, lesquels doivent former leurs personnels aux consignes de sécurité et veiller à la propreté des bulles. Dans son avis, la CSC insiste par ailleurs sur la nécessité de créer une norme spécifique aux structures gonflables mobiles réservées à un usage terrestre, tout en déconseillant l'utilisation des *waterballs*, supposés être destinés à un usage aquatique, qui comportent un habitacle fermé et étanche à l'air.

Enfin, dans un avis relatif à la sécurité des porte-vélos (octobre 2012), la commission, constatant de graves manquements (faible résistance statique et/ou dynamique) sur les 10 produits qu'elle avait fait tester, a demandé le retrait de certains produits nommément cités, ainsi que de tout porte-vélo identique conçu par les mêmes fabricants et distribué sous d'autres appellations commerciales. Les résultats des tests ont également conduit la CSC à plaider pour une amélioration des normes en vigueur et à une réactivation des travaux de normalisation européenne. Enfin, la commission invite les fabricants à privilégier la conception de produits « prêts à monter » ou « prêts à l'emploi » afin de simplifier le montage des dispositifs et de limiter les risques d'erreur d'installation ou de fixation.

III. LA COMMUNICATION ET L'INFORMATION AU SERVICE DE LA PRÉVENTION

Depuis deux ans, le site Internet de la commission enregistrait une baisse de fréquentation (641 093 visiteurs en 2012). Aussi, afin de mieux relayer ses avis, ses communiqués de presse et, d'une façon générale, les actualités relatives à la sécurité des consommateurs, la CSC l'a totalement modernisé fin 2012. Plus dynamique, ce nouveau site offre au visiteur tous les outils pour bien prendre en main sa sécurité au quotidien : fiches pratiques classées par thèmes et affichées en première page, avis téléchargeables en format PDF, lien vers la lettre de la CSC… Tout a été conçu pour améliorer l'ergonomie du site et en rendre la visite agréable. Comme auparavant, certaines pages du site Internet sont traduites en anglais.

Dans le même temps, et pour garder une unité visuelle globale, la commission a également changé son logo, désormais facilement identifiable grâce à sa couleur dominante rouge, et rénové sa lettre d'information. Dotée d'une maquette colorée, plus aérée, et d'un nouveau format plus original, elle conserve néanmoins la même trame éditoriale que l'ancienne version. En 2012, la diffusion de ce document a atteint 18 000 exemplaires sur support papier et plus de 9 000 en format électronique. Cet important chantier de modernisation a été conduit par l'INC, qui a mis son expertise au service de la CSC, en étroite relation avec les agents de cette dernière.

La diffusion des travaux de la CSC a rencontré un écho médiatique appréciable, avec 472 citations en 2012.

IV. L'ACTION INTERNATIONALE ET LES PARTENARIATS

L'année 2012 fut, pour la CSC, particulièrement fructueuse sur le plan international. Outre sa participation aux réunions organisées par l'Alliance pour la sécurité de l'enfant (EuroSafe), durant lesquelles la commission, qui représente la France, a été amenée à présenter ses travaux (Copenhague, mai 2012) et à échanger sur certains dossiers d'actualité (Bruxelles, décembre 2012), la commission a très activement soutenu le projet européen « Tactics » (2011-2014), qui vise à mettre en place des outils pratiques pour prévenir les accidents touchant les enfants et les jeunes en Europe.

Elle a ainsi collecté, consolidé puis publié, en juin 2012, l'ensemble des informations permettant d'évaluer les politiques de prévention des accidents de la vie courante mises en œuvre en France. L'interview réalisée par Radio France internationale le jour de la publication des résultats (12 juin 2012), et pour laquelle la CSC représentait l'ensemble des pays européens participant au projet, ainsi que le communiqué de presse rédigé à cette occasion et fréquemment repris aussi bien par les grands quotidiens nationaux (*Le Figaro, Le Monde*) que régionaux (*Sud-Ouest, La Dépêche*) ou spécialisés (*Destination santé, Infobébé*) ont permis à la CSC d'obtenir une excellente couverture médiatique de cet événement.

À noter aussi que la Commission est parfois appelée à participer ponctuellement à des réunions internationales dans lesquelles elle représente le consommateur européen, comme ce fut le cas le 25 mai 2012 lorsque, à l'invitation de Prosafe (autorité européenne de surveillance du marché), elle a été consultée sur la sécurité des pétards et des feux d'artifice.

De même, la CSC a continué d'apporter son expertise à l'Association européenne pour la participation des consommateurs à la normalisation (Anec), en particulier au sein des groupes de travail consacrés à la sécurité des enfants et aux transports où, notamment, ont été examinés des sujets qu'elle a déjà traités, comme les vélos à assistance électrique ou l'oubli des enfants à bord des véhicules.

Enfin, sous l'égide de l'Afnor, la CSC a pris une part active à de nombreux travaux de normalisation concernant par exemple les piscines et leurs systèmes de filtration (TC 402), les petits véhicules motorisés (TC 354) et les articles de sport et de loisirs (TC 136).

ANNEXE 5 : RAPPORT D'ACTIVITÉ 2012 DE LA COMMISSION DES CLAUSES ABUSIVES (CCA)

CCA *Commission des clauses abusives*

En 2012, la commission s'est réunie :
- **le 19 janvier** : examen du prérapport de Mme Solal sur les contrats de services à la personne ;
- **le 16 février** : adoption du prérapport de Mme Solal sur les contrats de services à la personne et du rapport d'activité pour 2011 ;
- **le 15 mars** : examen du prérapport rédigé par Mme Petit-Macur relatif aux baux d'habitation meublés non saisonniers ;
- **le 12 avril** : examen du prérapport rédigé par Mme Petit-Macur relatif aux baux d'habitation meublés non saisonniers ;
- **le 25 mai** : examen du prérapport rédigé par Mme Petit-Macur relatif aux baux d'habitation meublés non saisonniers ;
- **le 28 juin** : examen du projet d'avis préparé par M. Paisant sur la saisine de la commission par la cour d'appel de Nîmes ;
- **le 20 septembre, matin et après-midi** : examen du prérapport rédigé par Mme Petit-Macur relatif aux baux d'habitation meublés non saisonniers ;
- **le 18 octobre, matin et après-midi** : adoption du prérapport rédigé par Mme Petit-Macur relatif aux baux d'habitation meublés non saisonniers ;
- **le 22 novembre** : mise à jour du vade-mecum destiné aux membres de la commission ;
- **13 décembre** : examen du projet d'avis préparé par M. Mathey sur la saisine de la commission par la cour d'appel de Reims.

A - Recommandation

Au cours de l'année 2012, la commission a adopté une recommandation n° 12-01 sur les contrats de services à la personne.

B - Propositions de modifications législatives ou réglementaires

1. La commission réitère le souhait qu'elle avait formulé dans son rapport d'activité pour 2007. En effet, constatant que les contrats de fourniture de « vols secs » conclus par Internet ne sont pas soumis à la responsabilité de plein droit instituée par l'article L. 211-17 du Code du tourisme, la commission avait demandé l'extension aux prestations de transport de la garantie de plein droit de l'article L. 211-16.

2. En outre, la commission demande une clarification de la rédaction du second alinéa de l'article L. 121-26 du Code de la consommation : « Toutefois, la souscription à domicile d'abonnement à une publication quotidienne et assimilée, au sens de l'article 39 bis du Code général des impôts, n'est pas soumise aux dispositions de l'alinéa précédent (relatif à l'interdiction de percevoir du consommateur une contrepartie quelconque avant l'expiration du délai de réflexion) dès lors que le consommateur dispose d'un droit de résiliation permanent, sans frais ni indemnité, assorti du remboursement, dans un délai de quinze jours, des sommes versées au prorata de la durée de l'abonnement restant à courir. » Le texte n'indique pas clairement si le droit de résiliation permanent auquel il fait référence est donné par la loi ou s'il résulte du contrat. Ainsi, l'expression « dès lors que » signifie-t-elle « puisque » ou « à condition que » ?

C - Formations extérieures

Les 22 mai (Saint-Brieuc) et 25 septembre (Rennes), le secrétaire de la commission a participé à deux sessions de formation organisées par la Maison de la consommation et de l'environnement. Outre la présentation des textes relatifs aux clauses abusives, ces interventions ont été l'occasion de décrire l'activité de la commission, de présenter les listes de clauses insérées dans le Code de la consommation par le décret n° 2009-302 du 18 mars 2009 et de mettre l'accent sur la jurisprudence en matière de clauses abusives.

ANNEXE 6 : RAPPORT D'ACTIVITE 2012 DE LA COMMISSION DE LA MÉDIATION DE LA CONSOMMATION (CMC)

Commission de la Médiation de la Consommation

La Commission de la médiation de la consommation en activité depuis le 01/01/2011 a publié son premier rapport d'activité 2011 en mars 2012.
Elle a poursuivi ses activités avec énergie et efficacité et respecté la programmation qu'elle s'était fixée, notamment quant à l'évaluation des médiations existantes et aux premiers référencements de médiateurs candidats.
À ce jour, 12 médiateurs ont été référencés. Leurs activités ont été reconnues conformes aux critères énoncés dans la charte de « bonnes pratiques » édictée par la CMC.

Ces 12 médiateurs figurent ainsi sur le site de la CMC :
- AMCE (médiation des communications électroniques)
- Canal +
- Eau
- EDF
- GDF SUEZ
- Groupe La Poste
- Mikit (médiation de la construction individuelle)
- RATP
- Rese 17 (Régie des eaux de la Charente-Maritime)
- SNCF
- Tourisme et voyages
- Velib' (médiateur vélos en libre service)

La commission travaille pour 2013 à plusieurs référencements dans les secteurs de la vente à distance, de la vente directe, de l'automobile et de la construction.
La commission s'est réunie en plénière durant l'année 2012, 11 fois. Elle a invité les médiateurs de la SNCF, du Groupe La Poste, de GDF SUEZ pour rencontrer les membres et apporter de vive voix des précisions sur leur fonctionnement, leur organisation et leur quotidien. Ces rencontres ont permis des débats enrichissants. Elles vont perdurer dans le temps.
La commission, soucieuse d'améliorer les bonnes pratiques de la médiation, de les faire respecter et mieux connaître dans les domaines encore non couverts, a constitué trois groupes de travail chargés de réfléchir et d'émettre pour deux d'entre eux des projets de recommandation :
- 1er groupe : La formation

- Formation des médiateurs et des équipes rattachées
- Formation des entreprises afin de les convaincre d'adopter « l'outil médiation » en insistant sur ses avantages pour les consommateurs qui y ont recours ainsi que sur sa spécificité par rapport aux services clientèle ou consommateurs.

- 2e groupe : L'action de groupe et la médiation collective
- 3e groupe : Le développement et la promotion de la médiation

Ce groupe étant permanent, il établira des avis et recommandations au fil de l'eau.

Durant l'année 2012, la présidente a poursuivi ses participations à différents colloques et réunions ayant pour objet la médiation et, en cela, la confiance à consolider entre entreprises et particuliers (colloques Minefi, SNCF, Medef).
L'année 2013 s'annonce chargée pour la commission, qui poursuit ses référencements, ses travaux de développement. Elle est dans l'attente du projet de loi consommation, ainsi que des nouveaux textes européens (directive ADR et règlement ODR).

INSTITUT NATIONAL DE LA CONSOMMATION
18, rue Tiphaine, Paris XV^e^